

農村価値創生と観光・交流に関する研究会報告書

これからの地域づくりと農村価値創生

..... 観光・交流をてがかりとして



2018年10月

全国町村会

農村価値創生と観光・交流に関する研究会

目次

第1章	はじめに 農山漁村はどこへ向かうのか	2
第2章	田園回帰と新たな潮流 ～新しい価値発見者～	4
第3章	地方創生、地域づくりと農村価値創生	7
第4章	視点の転換と農山漁村の価値	11
第5章	農村価値創生・地域づくりの視座と観光・交流	14
第6章	新たなたびとの出会いからはじまる希望の道 ～田園回帰とインバウンドとの共鳴から起こる共生新潮流～	19
第7章	観光・交流からの農村価値創生に向けて(提言)	26
第8章	農村価値創生と地域社会イノベーション ～競う社会から共に創る社会へ～	43
○現地調査の概要		45
○現地調査参考資料		56
○研究会委員名簿		57
○研究会開催状況		58

第1章 はじめに 農山漁村はどこへ向かうのか

2018年3月30日、国立社会保障・人口問題研究所が2045年までの都道府県と市町村別の将来推計人口を公表したが、総人口が2008年をピークに減少に転じて以降、わが国は人口減少社会への道を着実に歩んでいる。都市も農山漁村も、人口減少・少子高齢化への対応は今後長期にわたり取り組まなければならない最重要課題である。と同時にこのことは、地域社会の人口減少・高齢化が長期間連綿と続くであろうことを一人ひとりが共有し、私たち自身が何をなすべきかを考え続けなければならない時代を生きていることでもある。20世紀後半のような大きな経済の成長は望めなくても、調和的で持続可能な地域社会の実現を追い求めていくことは、21世紀という時代を生きる私たちの使命といえる。

わが国の農山漁村は、1960年代の高度経済成長時代以降、大都市への人口流出による過疎問題とその後の地域社会の構造的な人口減少に直面してきた。この間、国土政策においては、国土の均衡ある発展をはじめとする時代時代を反映した長期ビジョンが提示され、農山漁村にも関わる様々な政策が導入された。人口減少という側面にとらえたと、農山漁村は常に人口減少が先行する地域ではあったが、少ない人口で広大な空間を支え、懸命に時代を生き抜き、価値を生み出してきた地域でもあった。国全体が人口減少社会を迎え、大都市においても人口増加から人口減少へと、逆回りの周回コースを走り始める今日、農山漁村の歩みの中で蓄積された経験や知恵がわが国共有の財産として生かされる時代が到来したともいえる。

国際社会に目を向けると、開発途上国の目覚ましい発展と先進国の成長の成熟化による様々な課題が国家・地域を越えて顕在化し影響を及ぼし合っている。地球規模でのパートナーシップがこれまで以上に強く求められる時代を私たちは生きている。国連では、2015年に「持続可能な開発目標：SDGs」のアジェンダ（検討課題）が採択され、17の目標と169のターゲットが盛り込まれた。そして、わが国も含め各国が協調し、持続可能な開発の三つの側面、すなわち「経済」「社会」「環境」を調和させながらこれらの目標を達成させることが期待されている。

このように、わが国の農山漁村において継承されてきた経験・知恵の資産とSDGsがめざす行動理念を重ね合わせるとき、これからの農山漁村や日本の将来には違った景色が広がっているように思えるのである。

災害の多い島国で自然と共生し、環境に配慮した農業に取り組み、国民共有の財産である森林を守り育てること。食料やエネルギーの域内循環をめざし、地域の持続可能な消費・生産活動につなげること。農山漁村にくらす人びとが日々なりわいや地域づくりに取り組み、集落を次の世代に伝えていくこと。これらの取り組みも、経済、社会、環境の三つの側面の調和に上に成り立っており、持続可能な農山漁村を追求することそのものでもある。

農山漁村における地域づくりの当たり前のようにみえる取り組みも、その本質は、時代や国境を越えて普遍的な価値を持ち、時間・空間の壁を乗り越えつながる可能性を秘めている。

地域づくりにおいて、「グローバルに考え、ローカルに行動する」ことや「地域にあるものを徹底的に磨きあげることで、世界に通用するものが生まれる」ことなどで表現される地域に根差した取り組みは、農山漁村の価値を生み出し続ける源である。そして、それは、わが国のみならず国際社会がめざす行動と重なる側面を持つのである。

農山漁村が**ローカルとグローバルをともに意識**して歩む道程は、これからの時代を生き抜く国民共有の教材となり、国境を越えたモデルともなりうる。そして、農山漁村の地道な取り組みの先には、「**地域を開き世界とつながる農山漁村の構築**」や「**世界に通用する地域づくり**」がつながっているように思われる。

このように考えると、わが国のこれからの時代を展望するとき、農山漁村の将来像は国全体のあり方に重要な視座を与えるのではないか。そのような思いが強くなる。そのためには、農山漁村の長い歴史の中で大切にされてきた有形、無形の地域資源を見つめなおし、これを生かし、新たな視点も入れて地域のあり方を考え続けることが必要になる。

本報告書は、以上のような問題意識のもとに、いま私たちがくらす地域（農山漁村）について、ひとつのアプローチとして最近、新たな動きを見せつつある観光・交流という「外からの視点」を取り入れながら、これからの地域づくりと農山漁村の価値をいかに創生していくか（以下「**農村価値創生**」と総称する）を検討するものである。

【注】本報告書においては、便宜上「農山村」あるいは「農村」という用語で使われる場合があるが、特に説明のない限り、農山漁村地域全般を対象としている。

第2章 田園回帰と新たな潮流 ～新しい価値発見者～

1. 高まる田園回帰

全国町村会では、2014年9月、農業・農村政策のあり方についての提言『都市・農村共生社会の創造～田園回帰の時代を迎えて～』をとりまとめ、各方面に国と自治体の新たなパートナーシップの構築、「農村価値創生交付金制度」(仮称)をはじめとする政策提言を行っているところである。この提言の中でも、農山漁村地域に都市から人びとが移動する状況とそこに含まれる農山漁村の文化や環境・景観への共感などを含んだ概念を「田園回帰の潮流」と捉え、年々活発化するその後の動向に注目しているところである。

このような潮流は、マクロの都道府県間の人口動態(転出入)調査結果では、東京圏へ依然として12万人の転入超過などの数字に飲み込まれ、実態が見えにくいものであるが、この状況を理解する一つの分析データとして、総務省は、2018年1月に「過疎地域の人口移動に関するデータ分析」を公表している。

それによると、都市部から過疎地域への移住者数の増減について、過疎地域の区域区分(人口規模別)で分析すると、いずれも、H22国勢調査からH27国勢調査にかけての「5年間の移動数」がH12国勢調査からH22国勢調査にかけての「10年間の移動数」を上回っている(図1・2018年3月総務省「田園回帰」に関する研究報告書)。

また、過疎地域の区域区分(人口規模別)毎にみた、H22国勢調査からH27国勢調査にかけて、都市部からの移住者数が増加している区域の割合(移住者増となった区域数÷人口規模別の区域数)を比較すると、2,000人以下の区域でそ

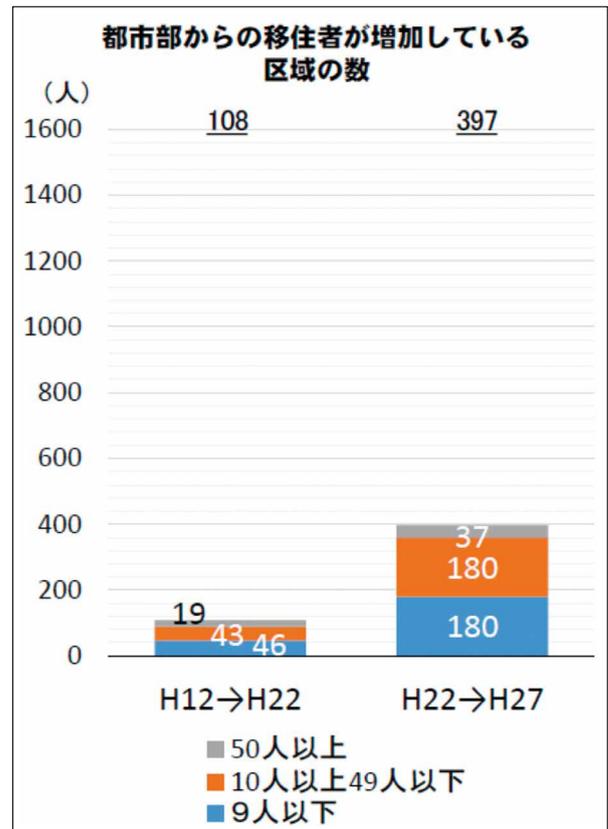


図1

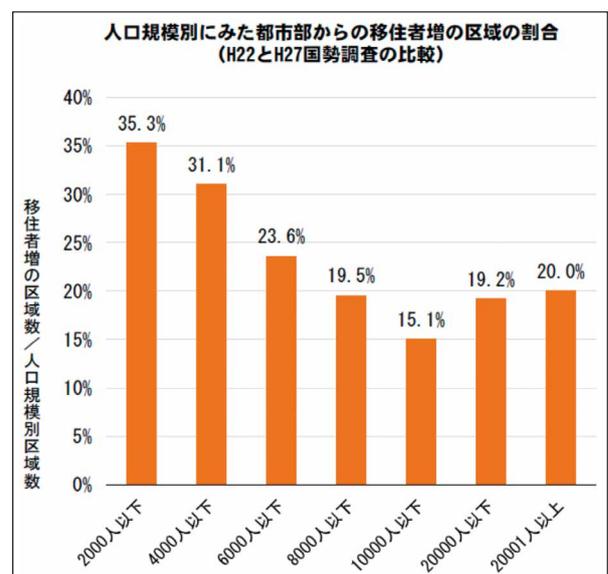


図2

の割合が最も高く(35.3%)になっており、人口1万人以下では、人口規模が小さくなるほどその割合が高くなる傾向にある(図2・図1と同じ)。

また、同時に公表された「過疎地域への移住者に対するアンケート調査」によると、移住の最大理由は、「気候や自然環境に恵まれたところで暮らしたいと思ったから」(47.2%)で、以下「それまでの働き方や暮らし方を変えたかったから」(30.3%)、「都会の喧噪を離れて静かなところで暮らしたかったから」(27.3%)と続いている。

2. 新たな潮流

さらに、2009年に制度化され、年々広がりを見せている「地域おこし協力隊」(図3・総務省 HP より)や、農山漁村の課題解決に関心を持ち、地方に移住したり、農山漁村地域と都市との往來を重ねたり、農山漁村に様々な関わりを持つソーシャル志向の若者(*1)たちの活躍に触れる機会も着実に増えている。

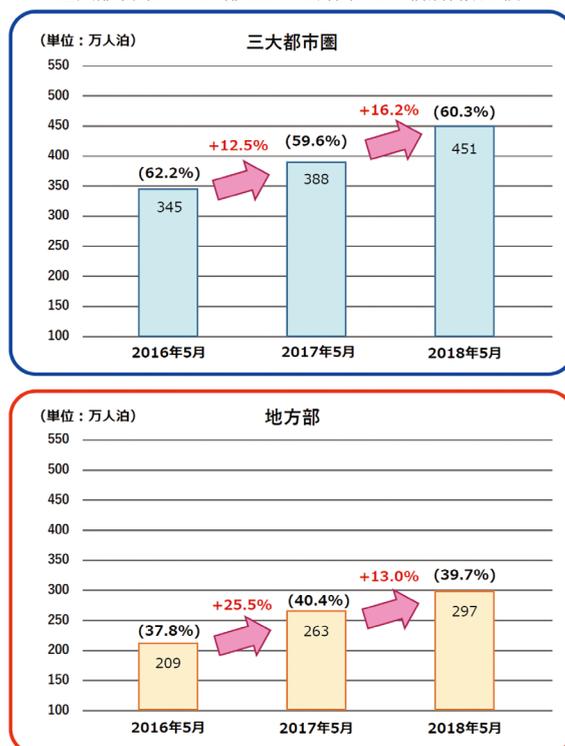
このような「田園回帰」の潮流の高まりとともに、人びとの農山漁村への直接の関わりだけでなく、ソーシャルネットワークなどを通じた農山漁村との多様なつながりも含め「関係人口」として広くとらえ、政策面で注目する動きも出てきている(総務省「田園回帰」に関する調査研究報告書及び2018年度総務省関連予算)。

観光・交流分野でも、農山漁村地域への目的を持ったオーダーメイドの観光や、農山漁村を訪ね、研修体験・農泊などを目的とする交流が増えるなど、いわゆる「地方志向」の流れの多様化が進んでいる。また、この分野で年々大きな影響を及ぼすようになってきているのは、いわゆる「インバウンド(訪日外国人旅行者)」である。



図3

三大都市圏及び地方部における外国人延べ宿泊者数比較



※ () 内は構成比を示す

図4

*1 地域貢献や社会参加に意欲のある若者

毎年二桁台の対前年比伸び率を記録している訪日外国人数は、2017年に約2,869万人となっている。

また、三大都市圏と地方部(*2)の外国人宿泊者数の伸びを比較すると、2016年から2017年では地方部の宿泊者数の伸びが三大都市圏よりも高くなっており、2017年には地方部のシェアが初めて4割を超えるなど、地方部への観光・交流の広がりを示している(図4・観光庁宿泊旅行統計調査(2017年7月31日公表)より)。

広い意味でのインバウンドには、観光以外の目的を持って海外から地域を訪れる人たちも含まれるが、定番の観光コースや観光メニューではなく、地方の農山漁村を訪ね、くらしや地域の伝統文化にふれる旅や農泊(*3)などへの関心が年々高まっている。地方の茶畑や酒蔵などのなりわいの現場を訪ねたり、伝統産業、工芸品等の世界に誇るメイド・イン・ジャパンのものづくりの現場を訪ね、職人や名工の技にふれたりするなどのひとつひとつの交流につながる新たな流れも広がりつつある。

これらの新しい潮流は、必ずしも現状の統計データに収めきれものではないが、静かに着実に都市と農山漁村のつながりや、国境を越えた海外とのつながりを量的にも質的にも広げ、私たち自身が忘れかけていた「日本のふるさと」としての農山漁村への関心を高め、風土の中で育まれてきた農山漁村の価値を見つめなおさせてくれる。田園回帰や農山漁村との結びつきの関係人口、農山漁村に向かうインバウンドなどの新たな潮流は、実はいずれも、**農山漁村の「新しい価値発見者」**とも呼べるのではないかと私たちは考えている。そして、このような発見者たちの地域の内外をつなぐ活動やソーシャルネットワーク・多様なメディア等を活用した活発な情報の受発信が、現実の人の流れをさらに呼び起こしているのではないかと考えるのである。

このような座標軸をしっかりとおさえ、次章以下で本報告書のテーマに沿って検討を進めていくこととしたい。

*2 三大都市圏とは、東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫の8都府県をいう。地方部とは、三大都市圏以外の道県をいう(観光庁「宿泊旅行統計調査」における定義)。

*3 農泊とは、農山漁村において日本ならではの伝統的な生活体験と農村地域の人々との交流を楽しみ、農家民宿、古民家を活用した宿泊施設など、多様な宿泊手段により旅行者にその土地の魅力を味わってもらい農山漁村滞在型旅行(農林水産省による定義)。農泊体験者は、国内旅行者は横ばい、外国人旅行者は増加傾向にあるとの調査結果がある(2018年3月発表・三菱UFJリサーチ&コンサルティング「農泊受入に関する実態調査」)。

第3章 地方創生、地域づくりと農村価値創生

1. 地方創生と農村価値創生

わが国全体が人口減少時代に突入し、加えて雇用・経済状況や教育環境などの地域間格差から、地方から東京圏への大きな人口流出が依然として続く状況の中で、農山漁村の現場での着実な地域づくりへの取組みとともに、国が積極的に推進する「地方創生」政策への町村の期待は大きい。

38万km²の国土を持つ日本は、けっして小さな国ではない。3,000kmの長さ、本州など主要四島のほか7,000近い島々を有する日本は、国土の7割が緑豊かな森林で覆われ、国土の12倍の海域は世界有数の漁場を形成する。四季の変化の美しさは世界に誇るべきものがあり、「森は海の恋人」といわれるように、循環する自然生態系とともにある農山漁村は、わが国のかけがえのない財産となっている。

いうまでもなく、地域、地域が集まり国土は形成される。地域という細胞が隅々まで活性化し、元気に活動しなくては、国全体も健康体を保つことはできない。将来にわたり、わが国が持続可能な発展をめざしていくうえで、農山漁村の価値をいかに維持増進していくか、すなわち「農村価値創生」の視点は欠かせない。

国は、「人口減少の克服と地方創生」という構造的な課題に正面から取り組むとともに、それぞれの「地域の特性」に即した課題解決を図ることをめざし、2014年9月に地方創生の基本方針を策定した。そして、国・地方を通じる第1期総合戦略(2020年までの5か年)の中で、①地方に「しごと」をつくる、②地方へ新しい「ひと」の流れをつくる、③結婚・子育ての希望実現、④「まち」をつくる、を基本目標に掲げ、新たな政策も盛り込み、関係省庁を巻き込みながら、地方自治体とともに事業を推進している。

これらの具体的な取組みを進めるうえでも、農村価値創生なくして、地方の創生はなく、日本の創生も展望できない。全国の津々浦々、地域起点で、そこからはじまる安心や希望の処方箋を実効あるものにしていけるかどうかで日本の未来は決まるのである。

2017年12月の税制改正大綱で全国町村の長年の悲願であった森林環境税(仮称)が実現することになった。国民共有の財産である森林を守り育て、地球温暖化防止のみならず、水源を涵養し、国土を保全すること。農山漁村の自然をいかし、食料やエネルギーを供給する

こと。このためには、農山漁村が存在することそのものの価値を国民共有の意識としてさらに高めていくことが求められる。

これは、わかり易い代表例といえるが、都市と農山漁村が共生する社会をさらに押し進め、『地域から農村価値創生が力強く発信される先にこそ、真の地方の創生が生まれ、日本全体の創生につながっていく』ものと確信している。

2. 農山漁村の現場からの地域づくり

地域づくりは、当然のことながら、国や地方の行政のトップダウンの取組みではなく、現場における住民の主体的な実践活動である。そして、いろいろな切り口からの多様な実践活動があるが、どのような取組みにも共通するいくつかの留意すべきポイントを挙げてみる。

〈地域の姿を思い描く〉

地域づくりは未来に続く地域の協働作業である。個人、家族、隣近所、集落、校区、町や村全体と、私たちの身近からはじめてそれぞれの思いを少しずつ広げ、「来年～」「2年後～」「5年後～」「10年後～」・・・と、「いま」から「将来」に続く地域の姿を思い描くことが出発点となる。

地域に暮らす一人ひとりが、例えば、10年後や20年後の自分や地域を想像し、そこからみんなで「地域のいま」を振り返り、こうしていきたいという思いや子や孫たちに大切に残したいものなど、いろいろなことについて心の壁を取り払い地域で話し合ってみることは、地域づくりを実践に移す手がかりとなる。

〈楽しみながら進める地域づくり〉

地域づくりは地域の人たちの実践活動である。地域づくりに取り組む「ひと」と、そこから生まれる「もの」や「こと」が価値を持つ。地域の人たちが仲間を募り、主体的に地域の課題に取り組むことから始まる。地域の置かれた環境は様々だが、老若男女、それぞれの存在と役割が尊重され、生き生きと楽しさを実感できることが何よりも大切である。自分たちの楽しみから始めた活動も、輪が広がり、他の人たちにも楽しんでもらえることは大きな喜びであり、それが自信となり、さらに現場の活動の推進力になる。

全く新たな活動への挑戦もあるが、地域のくらしに無理なく上乘せされた活動は、小さな失敗や試行錯誤が受容され、「継続は力」への近道でもある。すぐには目に見えた成果が出なくても、こうありたいと願う地域の思いと現場の活動が重なるとき、地域づくりの歯車が好循環で回りだす。

〈地域の資源をみがく〉

地域の将来を思い描き地域づくりを進める中で、地域にある有形、無形の様々な資源を見つめなおし、地域資源に新たな役割を与えることは重要な視点である。地域の資源をみがく実践活動は、ほかのどこでもない「地域らしさ(個性)」をみがくことであり、「あるものを生かす地域づくり」でもある。

地域の内からは、課題(弱み)と見えることでも、見る人や見方によっては、みがきの対象となり、強みへと転換できる。マイナスのハンディをプラスに変える可能性を秘めている。日々の活動を通じ、感性を高め、地域に存在する有形、無形の資源への働きかけが大事になる。そのためには、地域における「見つめなおしの習慣化」が必要になる。短い年月では必ずしも目に見えた成果が表れないことも多いが、小さな目標やきめ細かい到達点を定め、「成長の見える化」も意識し、地域の資源にみがきをかけたい。

〈物語をつくる〉

地域の様々な資源をみがき、住民に親しまれる物語として編集することは、住民自らの地域に対する誇りの醸成につながる。地域の人たちを「語り部」とした物語は、外から訪れる人たちの共感も呼び、集客や経済的な面での一定の効果も期待できる。

各地にある魅力ある地域づくりの物語には、地域の「ひと」たちが困難な経験を乗り越え、地道に「地域みがき」を続けてきた文脈が必ずある。このような努力の過程に思いを寄せることで、住民と来訪者の相互理解が深まり、物語の底流にある、地域のあり方や住民のくらしの見つめなおしにつながる。

マーケティングの分野では、づくり手サイドのプロダクトアウトと顧客視点のニーズを取り入れたマーケットインの考え方があるが、地域資源について、その背後にある文脈(コンテキスト)を外から訪れる人たちの視点でとらえなおし、再構成して提示する(物語をつくる)ことが重要になる。例えば、地域の日常の風景であっても、見えるものの先にある物語を通して、訪れる者には、異なる見方・感じ方で、感性が刺激され、記憶が呼び起こされる。住民からは見慣れた対象(地域資源)が、外部からは魅力あるもの、新鮮なものに映るのである。

3. 物語の先にあるもの～地域を越えてひとが輝く～

このような地域の資源をみがき、物語をつくることは、全国の農山漁村のどこでも、誰でも、いつでもはじめられる。身の丈に合ったやり方で、やればやったなりの反応が何らかのかたちで返ってくる。外からの注目や評価が取組みへの自信とさらなる向上への力になる。

そして、どのような取組みでも、カギを握るのは人財、キーパーソンである。取組みをプロデュースする人、リーダー的役割を担う人、現場で人や取組みをコーディネートする人、プレーヤーとして活動する人、これらを側面的にサポートする人、ファンとして応援する人など多様な人財、キーパーソンが必要になる。はじめから全て整っていないくても、いろいろなやり方で順次広げていくことができる。

地域づくりは、ひとつづくりといわれる。どんなやり方からはじめても、重要なことは、地域に経験や知恵が蓄積され、新たな人財が生まれ、育っていく自律的なしくみが構築されることである。そして、次世代の地域づくりの担い手となる若者たちに託すバトンを強く意識することである。

人口減少社会がこれからも長期間続くことが確実なわが国において、一人ひとりがいまの自分より、もう一回り大きく活躍できる地域社会をつくることは極めて重要なポイントである。人口を、全く同じ価値の「1」という数値の積み上げとしてとらえるのではなく、一人ひとりの価値は、これを増やし輝かせることができるという理念のもと、その価値の総和を増やす国づくりがこれから求められる。

国が掲げる「一億総活躍」などの政策推進や「高齢者」「生産年齢人口」の定義への問題提起も、この文脈で理解することができる。高齢者がくらしやなりわいの技を持って活躍し、住民ぐるみで地域の伝統文化を継承する農山漁村の現場は、21世紀のわが国の先導役になる。農山漁村の究極の価値創生は、このような農山漁村の現場を起点にわが国に貢献する地域を越えて輝くひとつづくりといえるのである。



第4章 視点の転換と農山漁村の価値

1. 人びと、環境、営み～多様な視点から育まれる農山漁村の価値～

農山漁村にくらす「人びと(私たち)」は、地域の「環境」に働きかけ、様々な「営み」を行う中で、先人から引き継いだ地域社会を未来につないでいる。

農村価値創生の源泉としての地域のあり方に立ち返り、いくつかの視点から農山漁村の価値をみてみたい。

〈自然の視点(豊かな自然)〉

農山漁村には、豊かな自然があり、四季の恵みを受けた風土から生み出される様々な有形、無形の地域資源を育てている。また、災害伝承等を通じ自然への畏敬がくらしとともにあることも忘れてはならない。

〈景観の視点(景観の美しさ)〉

農山漁村の景観は、地域の個性を生み出す。自然や農林漁業の景観にとどまらない、集落の家並み、祭りや伝統行事などのくらしの風景にも、人びとの営みの景観がかたちづくられている。

〈くらし・なりわいの視点(農山漁村が生んだ知恵と技)〉

農山漁村には、くらし・なりわいの中に連綿と受け継がれてきた知恵や技が蓄積されている。一人ひとりの知恵や技とその集合体としての地域社会は、そこにしかない農山漁村の個性となっている。

〈伝統の視点(歴史が紡いだ文化)〉

長い歴史が紡いできた農山漁村の伝統は、自然と共生しながら先人が築き上げてきた精神活動の蓄積である。有形、無形の文化財・文化遺産から、日常の生活文化に至るまで、多様な地域文化の土壌が農山漁村には残されている。

〈食の視点(魅力的な食)〉

農山漁村の食は、地域の気候風土が育む。その土地ならではの作物・収穫物、郷土料理にみられる保存・調理法などは、恵みを与える山・里・海や、伝統の味・家庭の味を受け継ぐ人びととともにあり、地域の価値そのものである。

〈語らいの視点(楽しい、滋味溢れる会話)〉

農山漁村は、コミュニティの紐帯が保たれ、緊密な人間関係は語らいの源泉となっている。会話の中から、互いの存在を認め、いざという時に助け合う絆が生まれ、地域社会に安心と心地の良い空間をもたらす。

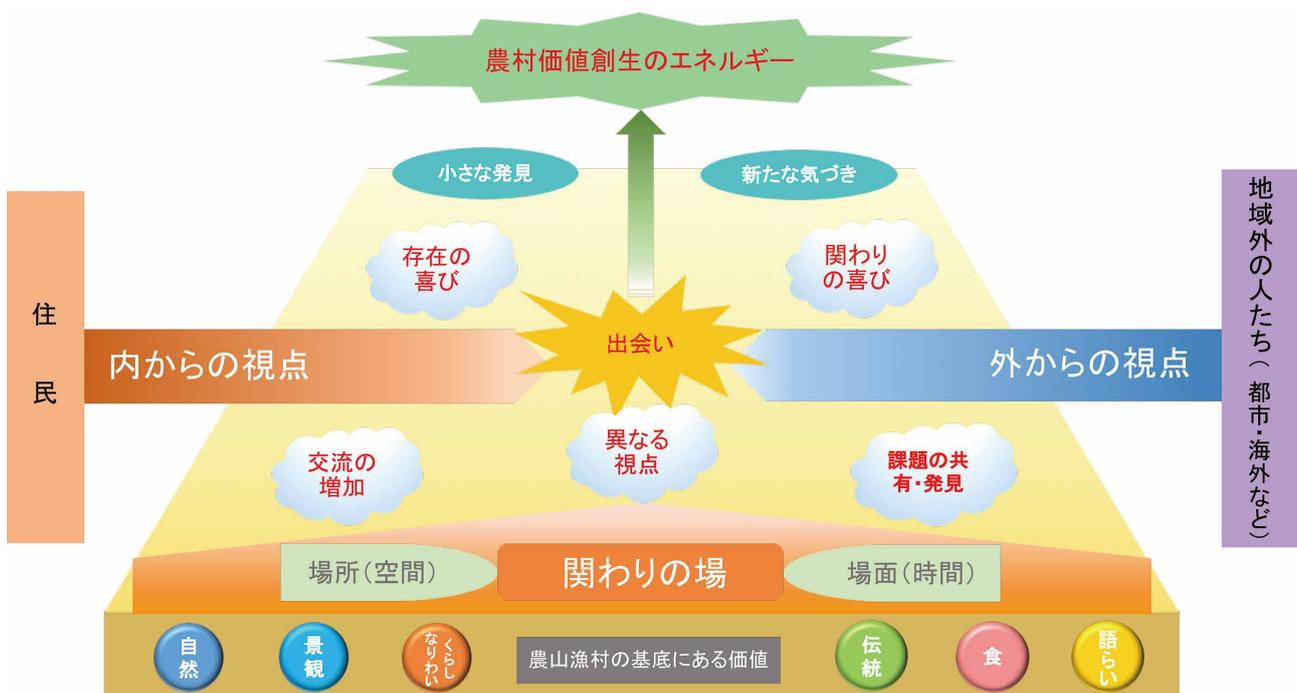
以上のように、農山漁村の価値は多様な視点から語ることができるが、共通して言えることは、どのような視点であっても人びと、環境、営みがお互いに「関わり」を持ちながら、多面的な地域の価値を守り育て、新たな価値を積み重ねていることである。

2. 「外からの視点」と「内からの視点」の出会いと「関わり場」

このような農山漁村の価値を巡る多様な視点のいずれについても、別の角度からの共通する視点がある。それは、地域外の人たちが地域を訪れ見たり感じたりする、「外からの視点」である。

例えば、急峻な山奥にひっそりとたたずむ小さな集落に、旅人は日本のふるさとの原風景を想う。厳寒の北国の風雪とそこでのくらしも、外国人を魅了する白銀の世界に変わる。何段も続く棚田の稲穂に、先人から受け継がれてきたささやかな水と太陽の恵みを思う。

「外からの視点」と「内からの視点」が会う「関わり場」(イメージ)



このような視点の転換によって、先に述べた自然の視点、景観の視点等からの地域の価値が違った輝きを出しはじめ、ここから人びとを引き寄せる力が生まれるのである。全国各地で、地域外から農山漁村を訪れ、地域の人びとと交流する機会が増えている。これは、観光資源に恵まれた地域に限ったことではない。

そして、いろいろなかたちで地域の住民と地域外の人たちとがお互いに関わりを持つ場が増えている。このような場は、空間としての「場所」とともに、時間の中の「場面」として人びとに意識されるが、私たちは、これを「**関わりの場**」と呼ぶことにする。

「関わりの場」は、地域外の人たちにとっては、農山漁村の地域社会の一端にふれ、新たな発見や自分自身を取り戻す場としての役割を果たす一方で、住民にとっては、地域外の人たちとの出会いを通じて、地域の大切なものを見つめなおす機会となる。「外からの視点」と「内からの視点」が会うことで、「関わりの場」は農山漁村の様々な有形無形の資源にふれ、それらの価値を見つめなおすゲート(入り口)となる。

そして、ここから小さな発見や新たな気づきが生まれ、ささやかな化学反応が起こる。このようなプロセスが、農村価値創生へのエネルギーとなっていくのである。



第5章 農村価値創生・地域づくりの視座と観光・交流

1. 観光・交流からのアプローチと「たびの視点」

前章では、「外からの視点」と「内からの視点」が出会う「関わりの中」の存在と、ここから農村価値創生へのエネルギーが生まれることを述べたが、「外からの視点」の有力なアプローチとして、観光・交流に注目したい。

観光・交流(*4)は、訪れる人にとっては地域に対する何らかの具体的な動機(関心)と行動を伴い、地域住民が「外からの視点」を取り入れる大きなきっかけとなる。それは、観光・交流が一定の経済的側面を併せ持つことも多く、このことも地域住民を具体的な活動に向かわせる動機付けとなるからである。

このことに関連して、例えば、地域発の着地型観光や祭り・イベントへの参加と活動支援、農地・林地等への作業参画と保全活動などのように、地域との関わりが意識された取り組みも数多くみられようになってきている。また、行政においても、地域おこし協力隊や青少年の都市農山漁村交流事業、大学の地域課題連携、ワーキングホリデー、サテライトオフィスや二地域居住の推進といった移住・交流とも関連する政策も活発に展開されている。最近では、農山漁村に何らかの関わりを持つ「関係人口」も注目されてきている。

さらに、海外からのインバウンドの急速な拡大の流れを受け、海外からの来訪者が都市型観光地や定番の観光コースばかりでなく、地方の農山漁村を訪れ、日本のふるさとともいえるくらしの風景の中に身を置き、地域の人びとと交流する機会も広がってきている。

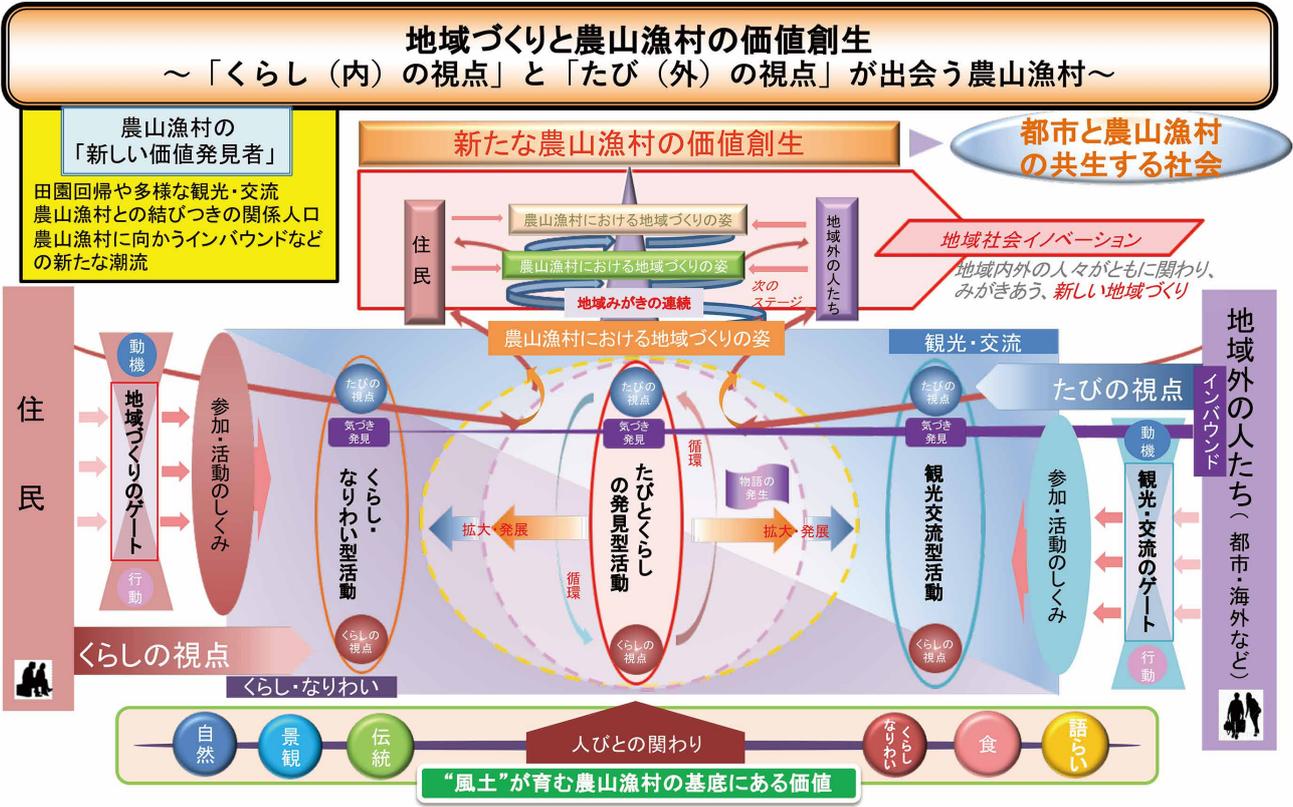
*4 本報告書における「観光・交流」とは、観光業並びにこれに関係する諸活動のほか、より広く、地域において住民たちが域外から訪れる人たちと関わりを持つ様々な活動をいうものとする。この場合、ICT社会の飛躍的な進展により地域内外のつながりも活発になっているが、ここでは、現場での直接的なつながりをベースにして、これに関わる情報の受発信やソーシャルネットワークなどのつながりを含めて対象とする。

本章以降、このような観光・交流に関わりを持つ外からの視点を「たびの視点」と呼び、提言につなげていくこととしたい。この「たび」とは、来訪者たちが、訪問先の農山漁村で、そこにくらす人びととの出会いやふれあいなどを通じて何らかの体験をお互いに共有する、そのような移動を伴う行動をこれまでの「旅」と区別し、より広がりを持った意味を込めて使っている。したがって、本報告書は、農山漁村の商業的な「観光地化」を扱うものではなく、観光・交流をてがかりに「たびの視点」を地域に組み込むことにより、農村価値創生に向けての提言を行うものであることを強調しておきたい。

2. 「くらしの視点」と「たびの視点」～活動の舞台としての農山漁村～

「たびの視点」は、旅行・観光等で目的とする地域に向かう人たちの行動のみならず、行動の先にある人とのつながりとそこからの生まれる多様な思いも込めた視点であり、地域にくらす住民の内からの視点(以後「くらしの視点」という)との関わりの中で大きな意味を持つ。

これまで述べてきた『農山漁村の価値』や『地域づくりと観光・交流』、『外から(たび)の視点と内から(くらし)の視点』、『関わりの中』などがお互いにどのような関係性を持つのかについては、次のイメージ図で全体像を理解することができる。



地域づくりと農山漁村の価値再生イメージ図(解説は次頁)

【図の説明】

本イメージ図では、地域づくりと観光・交流の姿を、住民の視点と地域外から訪れる人たちの視点及び行動から整理したものである。

〈第1段階〉

- ◎地域外の人たち（都市住民や海外からの訪問者）は、「**たびの視点**」を持ちながら観光や交流という目的（動機）で訪問（行動）する。
- ◎住民（移住・定住者を含む）は、「**くらしの視点**」を持ちながら地域づくりの目的（動機）を持って活動に参加（行動）する。

〈第2段階〉

- ◎地域外の人たちと住民が互いに出会い、様々な地域づくりに関わる。
- ◎それぞれの地域づくりは、程度の差こそあれ、「観光・交流」の要素と「くらし・なりわい」の要素を併せ持っている。
- ◎例えば、これらの要素を同程度に内包している活動（たびとくらしの発見型活動）では、「たびの視点」と「くらしの視点」が入れ替わり循環しながら、活動の中身を高め、発展・拡大させている。

〈第3段階〉

- ◎「観光・交流」の要素の少ない活動（くらし・なりわい型活動）には「たびの視点」を組み込むことを意識し、「くらし・なりわい」の要素の少ない活動（観光・交流型活動）には「くらしの視点」を組み込むことを意識することで「たびとくらしの発見型活動」のような循環・活性化が生まれ、新たな発展・拡大が期待できる。

〈第4段階〉

- ◎風土に育まれた農山漁村の基底にある価値は、地域内外の様々な人たちの手による地域みがきの継続によって、スパイラルアップ（好循環）しながら新たな農村価値の創生へとつながっていく。

これらの活動には、地域における受け入れ側の体制整備と人財の育成、内と外が出会う関わりの場をはじめとする様々な場（空間的な場、宿泊等施設、体験するコトなど）の整備、参加・体験・交流に関わる人財の醸成といったことが必要になるが、関係者が農山漁村の現場での意識を共有しながら進めていくことが求められる。

地域にくらす住民が日々行うどんな活動であっても、外からの「たびの視点」を意識することで新たに感じ、見えてくるものがある。そして、農山漁村を訪れる人たちも、地域にくら

す人びとの日々の活動に「くらしの視点」で思いを寄せることで感じたり見えてきたりするものがある。重要なことは、観光・交流の数や量に着目するのではなく、「人びと」「環境」「営み」といった総合的なくらしの質を向上させる調和的關係づくりである。

このような二つの視点を意識し、地域における多様な活動をつなげ、循環させることにより、活動や人の輪が広がり、活動を通じた地域みながきが続き、現在から未来へ継承される農山漁村の具体的な姿を思い描くことができるのである。

3. 現場のしくみづくりと地域づくりプラットフォーム

「くらしの視点」と「たびの視点」の双方を意識し、多様な活動主体が活躍するためには、現場でのしくみづくりが必要になる。

「くらしの視点」からは、住民の関心を引き出すしくみ、実践活動をはじめられるしくみ、仲間を増やすしくみ等多様なしくみが必要になる。また、「たびの視点」からは、様々な動機を持って農山漁村の現場を訪れる人たちに対して、地域の魅力にふれるしくみや、興味や関心を増やすしくみ、そして地域に関わるひとを増やすしくみ等も必要になる。

「しくみ」をつくることは、「組織」をつくることと同義ではないが、しくみをつくる手段として、何らかの組織あるいは組織的なものが地域でつくられる。例えば、個人のグループから法人格を有した団体まで、あるいは住民主体のものから行政が主導するものまで、形態は様々である。住民グループや協議会、NPO等の法人、民間のまちづくり会社、公社・第3セクター等多様な組織がある。また、地域運営組織のような新たな動きにも注目したい。(2017年4月全国町村会報告「町村における地域運営組織」参照)

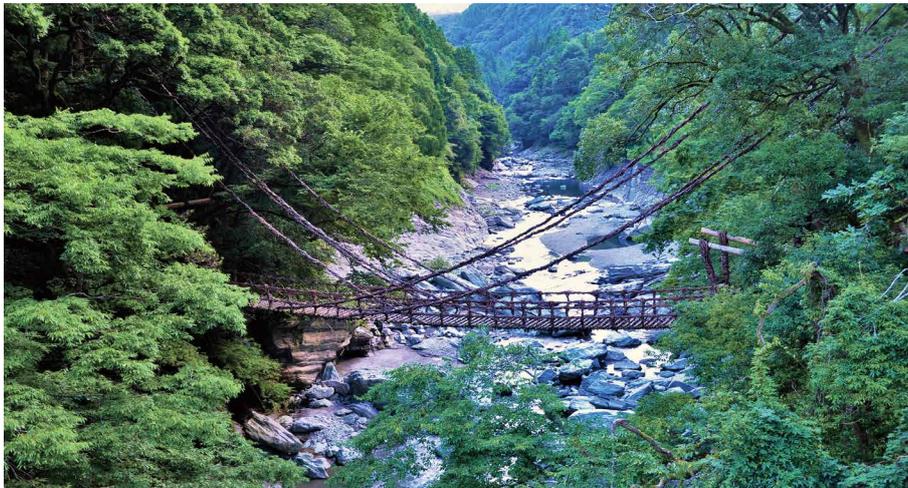
現場でのしくみや組織がよりよく機能するようにするためには、「より大きなしくみづくり」も有効である。情報の共有等を通じて関係者がつながり、個々のしくみ・組織がネットワークされ、現場での取組みに好循環の推進力をもたらすことが期待される。また、行政と活動主体との間に立って、個々の活動を支援するための橋渡し役となる中間支援組織のしくみも有効である。

このような地域でのより大きなしくみを「**地域づくりプラットフォーム(団体・組織等の連携基盤)**」と総称するならば、特にこれからの時代に求められるのは、地域の内外に開かれたオープンプラットフォームである。本報告書では、各章にわたり「開かれる」ことや「つながる」ことを強調しているが、「ひと」「もの」「こと」「情報」が循環する農山漁村の現場を、浸

透性を持った細胞膜のように内外に開かれた地域づくりプラットフォームが包み込むことで、従来からある地域コミュニティが一層活性化され、しなやかで開かれたものになっていくことが期待される。

この地域づくりプラットフォームは単一である必要はなく、様々なものが想定されるが、観光分野では、観光地域づくりの舵取り役としての「日本版 DMO」(*5)への期待も高まっている。先に述べてきた田園回帰やインバウンドの潮流とともに、農山漁村をフィールドにした大学や企業の地域貢献活動、クラウドファンディング(*6)、サテライトオフィス、シェアリングエコノミー(*7)などの新たな潮流も広がってきており、この面からも地域の状況を踏まえた柔軟な地域づくりプラットフォームへの期待は大きい。

このような農山漁村を巡る共生を目指した新たな潮流のもとで、地域のしくみが活発に機能することによる地域づくり活動は、地理的制約をはじめ様々なハンディを乗り越えて国内外に発信されていくのである。



-
- *5 日本版 DMO (Destination Management Organization) は、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人(観光庁 HP より)。
 - *6 インターネットを介して不特定多数の人々から資金調達すること。
 - *7 モノやサービスなどの資源を共同で利用すること。

1. 「関わりの場」づくりを起点に地域の新たな展開へ

農山漁村の現場では、地域に対する思いや将来への使命を持って、個人・グループ・団体等の多様な活動主体が日々地域づくりの実践活動を行っている。そして、これらの活動主体は、外からの「たびの視点」を持つことで、持続的に活動を発展・展開していくことができる。

本報告書「第4章2.」(P.12)では、地域における「関わりの場」(場所と場面)という重要な視点を提示した。

農山漁村には、誰でも集うことのできる場所から、地域住民が寄り集まる場所、個々の住民が行き来する場所、個人のプライベートな空間に至るまで、様々な場所が存在する。そして、これを関わりの場における「場所」として意識するならば、観光・交流施設や道の駅・直売所、農家レストラン、農家民宿などはもちろんのこと、地域に残された学校施設、酒蔵等の貯蔵家屋、古民家などの地域資源、さらには農家の縁側・庭先から田畑・樹園・里山などの土手や木陰までも、あらゆる場所がこれに貢献できる可能性を持っている。

また、農山漁村には、くらしやなりわいの日常風景から一年の中の特別な一日に至るまで、多様な場面が存在する。このような場面についても、関わりの場の「場面」として意識するならば、地域のいたる所での、日常的な出会い・ふれあいの場面から、春夏秋冬の伝統行事や祭りの観賞あるいは参加など多様な場面が「関わりの場」の対象になりうるのである。

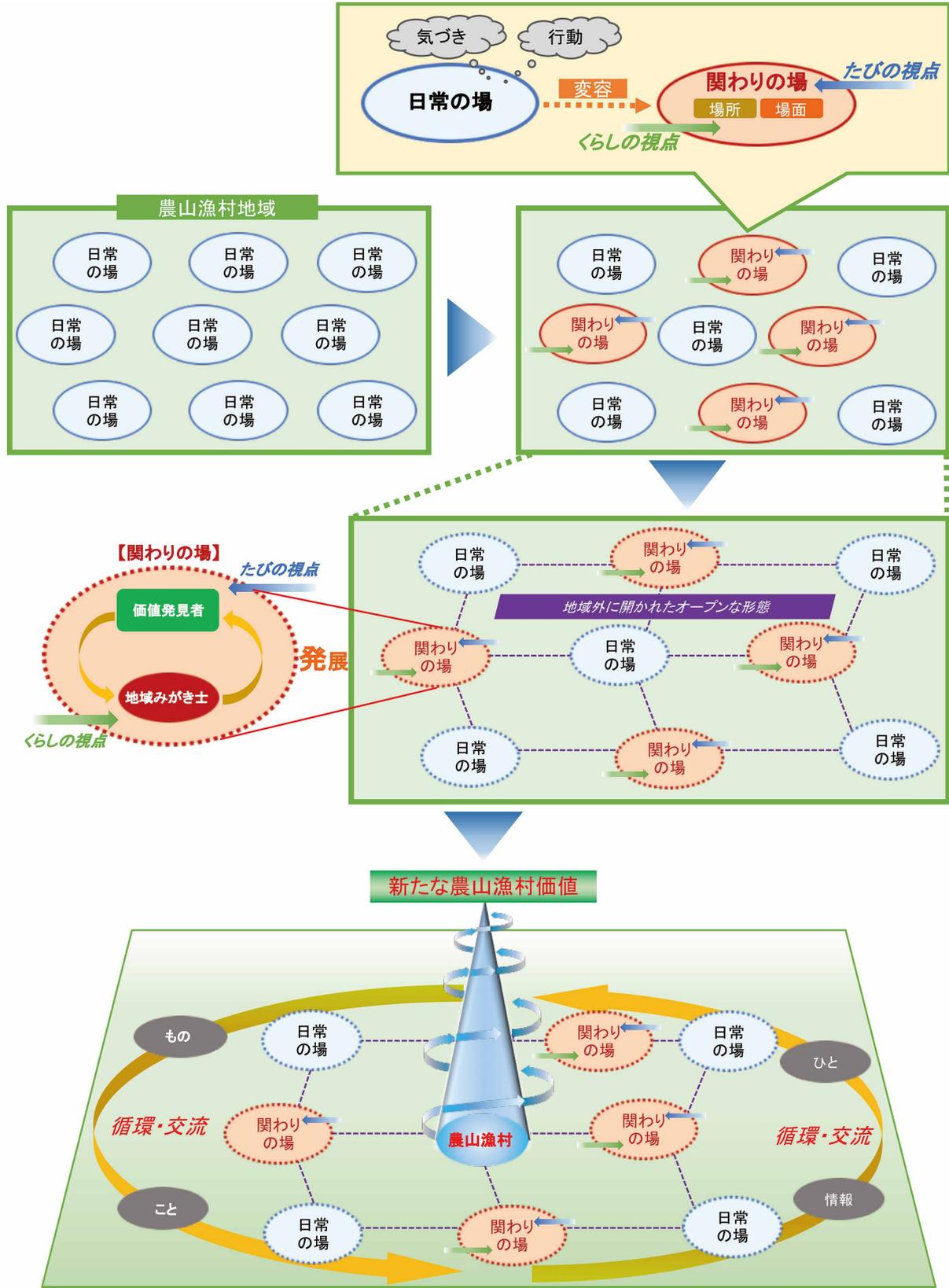
重要なことは、地域の多様な場所・場面を保守的・閉鎖的な場所・場面としてではなく、地域外からの来訪者に対してもう一步開かれたものにしていくことで、その地域ならではの私たちの「関わりの場」に変えていくことができるということである。このことにより、「関わりの場」を入口として、地域に、柔軟でオープンな形態をとりながら、住民と地域外の人たちが交流し、「ひと」や「もの」「こと」「情報」が循環する機能が醸成されていくことが期待されるのである。

言い換えるならば、地域にある個々の「場所」や「場面」について、「くらし」及び「たび」という二つの視点を意識することで、多様な「関わりの場」が形成されていくのである。そして、このことによって地域の有する機能に交流・循環機能が組み込まれ、強化されていく。多様な「関わりの場」づくりを起点として、新たな展開がはじまり、地域がみがかれ、物語がつく

られ、農山漁村の価値が創造されていくことが期待される。

これらを理解するためのイメージ図は次のとおりである。

「関わりの場」づくりによる農山漁村地域の新展開のイメージ



このような地域の変化が起こるためには、地域住民自らの気づきと行動が必要になる。地域の抱える問題や課題、地域の将来像を住民が「自分ごと」としてとらえなければならない。全国に目をむけると、かつて極めて困難な時代を経験し、そこから自ら歩むべき道を決断し、地域が一丸となって乗り越えてきた事例が各地にあるが、「自分ごと」としての行動が必ず存在する。志を同じくする仲間の本音の話し合い、集落の寄合い・集会等やシンポジウム、ワークショップ等を通じて意識を共有することが極めて重要になる。

一方で、行政の役割も大きい。とりわけ重要な役割は、地域の多様な活動主体の力を引き出すための環境づくりである。地域にハードの施設整備や情報の受発信を担う通信環境を整えることも必要だが、地域住民が、取組みに必要な情報をいつでも得られること、地域内外の実践者等から知識や経験を学ぶ機会が持てること、専門家から具体的なアドバイスをもらえること、多少の失敗も許され再チャレンジできること等の環境が地域に備わるためのサポートが期待される。

2. 世界につながる農山漁村

私たちは、交通アクセスや物流システムの進展、とりわけ情報通信技術の飛躍的な発展により、東京や中央のフィルターを通すことなく、国内の地域どうしのみならず世界と直接つながることが可能な時代を生きている。このことは、東京あるいは国といった中央目線のものさし・基準による序列化ではない、新しい農山漁村の立ち位置を発見できる可能性をも意味する。世界に通じる“本物”を見つけ、みがきをかけることで、東京・中央の評価や価値観の関所を経ることなく、国境を越えて直接海外から認められる価値をつくり出せる時代が到来したのである。人口減少する1億人強だけを対象とするのではなく、人口の増加とともに様々な課題も抱える70億人に地域からのメッセージを届けることができるのである。国連が採択し各国に広がるSDGsも日本の農山漁村の現場に多くのヒントがある。

これは、農山漁村にとっては、明治、戦後に続く、第三の「静かな」変革の時代といえる。これまでとは全く違ったかたちで、「地域を開く国づくり」とも呼べるものである。地域からの発想と行動で国内外とつながり、人口の多さや経済規模に偏った価値基準を反転させる「リバーシノベーション」を起こすことができる時代でもある。

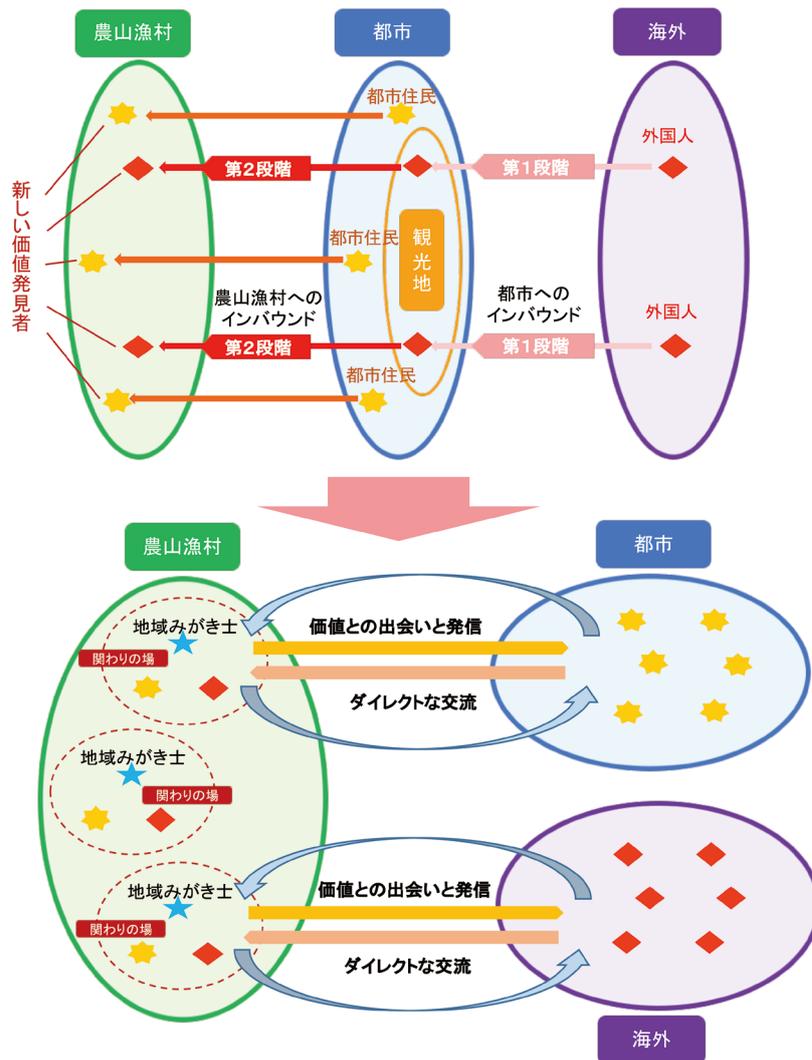
3. 多彩な「地域みがき士」と新しい価値発見者の共鳴

私たちは、多様性の中のアイデンティティ（存在価値）が尊重されるグローバルな時代を生きている。そして、多様な価値が認められる時代だからこそ、地域資源の価値を見つけ、これをみがき、農村価値の創生を担う現場の人財が光り輝くのである。

本報告書では、このような人財を「地域みがき士」(仮称)と呼ぶこととしたい。詳しい提案内容は、「第7章3.」(P.33)に述べるが、彼ら彼女らが各地に育ち、地域や国境を越えて評価され、その後続く人財が続々と育まれるような土壌としくみを、農山漁村の現場においてこそ、立ち上げることができるものと考えている。

近年、移住・定住や観光・交流による都市から農山漁村へのひとの流れとともに、地域おこし協力隊、JET(外国青年招致事業)による国際交流員・外国語教員やそのOB・OG、海外青年協力隊等の経験者たち、社会貢献活動家、さらには社会課題解決に関心を持ち行動する若者たちなどの新しい価値発見者たちが農山漁村に向かう潮流(第2章参照)が一層の広がりを見せている。人口動態のマクロの統計データでは、東京圏等の大都市圏への大きな転入超過が続き、ともすればこのような個々の小さな動きは見落とされがちであるが、彼ら彼女らを通じて農山漁村が開かれ、国内外とつながり、新しいネットワークが形成されることは、農山漁村の大きな希望となる。

田園回帰・インバウンドとの共鳴から起こる共生・新潮流のイメージ



このような田園回帰の潮流とともに、インバウンドにより農山漁村を訪れる人たちの異文化からの見方や価値観が重なることで、地域の現場で日々活動を行う多彩な「地域みがき士」(仮称)と新しい価値発見者の共鳴が起こる。そして、農山漁村の価値が発信されることで、国内外に開かれた「都市と農山漁村が共生する社会づくり」を推進する新たな潮流が生まれるのである。

4. 農山漁村に溶け込むくらし・なりわいの美しさ

農山漁村地域においては、観光・交流に関わる来訪者や消費額について、数や量を追い求めることが難しい地域であっても、ひとつひとつの小さな出会いを大切にして地域の営みの質を高めていくことは可能である。その導入部として、農山漁村を訪れる人たちが接する「景観」の美しさは重要な役割を担う。

住民には見慣れた、当たり前の農山漁村の景観にも、地域を訪れる人たちの心が動かされることがある。訪問者の地域との関わりは、数時間の滞在から、年間を通じた頻繁な交流、地縁・血縁のある関わりなどまで様々なものがあるが、どのような訪問者であっても、はじめて訪れ、「たびの視点」でながめる農山漁村の景観に何らかの印象を持つ。それは、地域からのメッセージを受けとめる時でもある。そこから、「景観」に関わる地域の営みに関心が向く。そして、地域の営みの先にある住民の思いにふれるとき、農山漁村の景観は、先人から引き継がれてきた日々のくらしやなりわいの活動の中で形成されてきたものであることを学ぶ。

地域を訪れる人たちが、農山漁村の何気ない風景に美しさを感じ、心を動かされることがあるが、その気持ちを地域に伝えることで、地域自身が景観の持つ価値に気づき、日々の景観にみがきをかける原動力となる。



「たびの視点」が地域に組み込まれ、「みがき・みがかれる」関係が日常の中に意識されることで、景観の先に込められた農山漁村に溶け込むくらし・なりわいの美しさは、『“風土”が育む農山漁村の基底にある価値』の重要な要素となる。

これは、国民共有の財産ともいえるが、農山漁村景観の価値向上への取組みは、一世紀前にイザベラ・バード(*8)やブルーノ・タウト(*9)が見た田園や日本建築の美にもつながる日本のアイデンティティの再構築ともいえるものである。

5. 農山漁村発、共に創る二つの行動

地域づくりに携わる私たちがこれからの時代に留意しなくてはならないことは、『各地で行われている地域活性化や地域振興の様々な取組みが、結果として、限られたパイをお互いに奪い合うことになっていないか』ということである。ここからは、増やす者(地域)と同時に、必ず減らす者(地域)が生まれる。短期的にはやむを得ない領域もあるだろうが、多様な価値が認められる時代だからこそめざすべき別の道があると考えらるべきであろう。

地域づくり活動は、それぞれの「場」で、多様な「ひと」がいろいろな関わり方をしながら、ひとつひとつの「時」を刻むなかで行われている。そして、このような「場」「ひと」「時」が地域のくらしと調和することで、地域社会の課題解決や希望の将来像の実現といった多様なフロンティアを創出するのである。私たちがめざすべき道は、このような新しい価値を生み出す世界を広げる活動にある。言い換えるならば、パイそのものを増やすことなのである。

このためには、国・地方、官民の垣根を越えて、大きく二つの行動が必要になる。

ひとつは、地域の安全・安心、さらには心の豊かさの源泉になる美しさやうるおいといった地域づくりの土台となる地域の基盤について、それぞれの地域が置かれた状況にかかわらず、どこでも一定の水準が確保されるようにしていくことである。

*8 イザベラ・バード(1831～1904年)イギリスの旅行家・探検家。1878年(明治11年)年に来日し群馬や新潟、東北、北海道を訪問。訪問先の様子を独自の視点で描写した紀行文「日本奥地紀行」などを残している。

*9 ブルーノ・タウト(1880～1938年)ドイツの建築家。1933(昭和8年)年に来日。桂離宮や伊勢神宮から東北の民家にいたるまで、日本の建築物の美を再発見し世界に紹介したことで知られる。建築を通じてさらに芸術や文化のあり方についても言及した著書を残している。

もうひとつは、このような基盤のうえに、それぞれの地域固有の個性をお互いにみがき、認め合い、競争ではなく、連携・協力によって新たな価値を創造していくことである。

この際、留意しなくてはならないのは、例えば地域防災力の向上のように、地域どうしの横展開でノウハウを提供したり、経験を共有したりすることが望ましい分野と、特産品づくりや観光誘致のように、単なる真似や類似では競合が発生し、結果として共に消耗・衰退することが想定される分野があるということである。

これら二つの行動が調和的に推進されるためには、都市部も含めた国民合意形成のもと、農山漁村の持つ公益的機能に対する公共政策の関与と支援は欠かせない視点となる。このことは何も、財源等の支援だけを意味するのではない。農山漁村において、くらしの環境を整えるために努力する人たち(くらしの視点)と、地域を訪れ、楽しみを享受する人たち(たびの視点)の双方が、一方通行の「与え・与えられる関係」ではなく、**理念を共有し共に創る行動**を起こしていくことの中にこそ核心がある。

このためには、国レベルから地域住民レベルまで様々な階層で理念が共有され、老若男女、全ての人たちに出番とやりがい生まれる国民運動的な取組みを推進していく必要がある。



第7章 観光・交流からの農村価値創生に向けて(提言)

前章まで、農山漁村における地域づくりと農村価値創生、「外からの視点」の重要性と観光・交流の関わりなどについて述べてきたが、本章では、農山漁村の価値創生に向けた具体的な政策について、いくつかの提言を行うこととしたい。もちろん、それぞれの地域の活動の中には、山間部や遠隔離島、純農村部等の観光・交流との関わりが薄いと思われる地域の活動もあるが、私たちの提言の本旨は、どんな地域であっても「くらしの視点」とともに「たびの視点」を意識することで、新たな可能性の道が拓けるということにある。

本章は、これまで述べてきた私たちの農山漁村に対する考え方を基底として政策提言を行うものであるが、当然のことながら、本提言は関係する政策の全てを網羅しているものではない。いくつかのテーマに重点を絞って提言を行っている。

また、政策提言に当たっては、地域自らの主体的かつ自律的な取組みがその前提になくしてはならない。そして、各地域で置かれた状況が異なることを踏まえるならば、多様な政策メニューが準備され、地域自らがそれぞれの実情に応じて政策を取捨選択し、実践活動の中でPDCA (Plan:計画 Do:実行 Check:評価 Act:改善) サイクルを回し、創意工夫を組み込むことにより「政策を育てる」ことがこれから益々求められるのである。

《重点的に取り組むべきテーマ》

1. 農村価値創生政策の構築と政策連携
2. 関係人口からの政策アプローチの推進
3. 関わり場の場づくりと地域みがき士(仮称)の活躍
4. インバウンドへの農山漁村対応
5. 農泊等による地域滞在の推進と農泊プラットフォームの構築
6. 美しいむらづくり～景観と食を中心にして～

なお、これらの重点的に取り組むべきテーマについて、政策主体がどこになりうるかの視点は重要である。本提言では、自治体、住民も含め地域が主体になる場合は「地域」、国が主体の場合は「国」、地域どうしの連携や全国的機関・団体による取組みの場合は「全国」と併せて記載することとした。もちろん政策の性格により、実施主体がどちらもありうる場合や複数の実施主体が協働で担うこともあり、明確に分けられない場合も多いことには留意する必要がある。また、テーマについては、直近の課題から将来にわたり継続する課題まで含み、提言内容も、課題の時間軸により、緊急性に濃淡があることは述べておきたい。

本報告書の扱う「これからの地域づくりと農村価値創生」の分野は、様々な関わり、つながりがいかされてこそ効果が生まれる。このためには、地域における情報の受発信とネットワークは、各分野の提言に共通する、欠かすことのできない視点である。この点については、本報告書では十分にふれることができないが、その必要性を強調しておきたい。

本提言は、都市と農山漁村の共生や世界とのつながりを強く意識している。近年の田園回帰や農山漁村へのインバウンドの潮流とともに、世界各国からの選手・来訪者たちを国民挙げて迎える2019年のラグビーワールドカップ、2020年のオリンピック・パラリンピック東京大会という節目の年を迎えることから、2020年以降を展望した新たなステージへの展開を大いに期待しつつ、以下に提言を行うこととする。

以下の提言項目の後の【 】は、以下の取組主体を表す。

【国】：中央省庁・政府機関 【全国】：地域どうしの連携や全国的機関・団体 【地域】：住民や自治体

1. 農村価値創生政策の構築と政策連携

○農村価値創生交付金制度の創設等【国】

はじめに、それぞれ提言の大前提となる重要政策として、農山漁村において、将来にわたり農業・農村政策がしっかりと取り組まれるべきことを強調しておきたい。

全国町村会では、「農業・農村政策のあり方についての提言 都市・農村共生社会の創造」(2014年9月)を政策提言したが、この中で、日本の農業・農村政策の理念を示す「食料・農業・農村基本法」の4つの基本理念(①食料の安定供給の確保②多面的な機能の十分な発揮③農業の持続的な発展④農村の振興)について考察し、現行の農業・農村政策においては、食料の安定供給の確保は農業の持続的な発展の延長線上で達成できると考えたうえで、残りの「多面的な機能の十分な発揮」「農業の持続的な発展」「農村の振興」の3つの基本理念の間に「不整合・不均衡」があることを指摘したところである。そのうえで、3つの基本理念の不整合・不均衡の解消に向け、相互のバランスを図ることの重要性を訴え、以下の取組みを提言した。

- ・まず、農業の発展と多面的機能の発揮を適切にバランスさせる必要があること。
 - ・そのうえで、農業の発展と農村振興とのバランスを図ること。
 - ・それによって、最大化された農村価値を基盤に、農業・農村政策以外の教育、医療・福祉、国土保全、交通などの地域振興や生活基盤の確保に関わる様々な政策を講じていくこと。
- そして、自治体は、地域の総合経営主体として、常に農村と歩んできた役割を踏まえた政策を担うものであり、この政策こそが「農村価値創生政策」であるとした。そして、自治体が

地域にとって最適な農村価値創生政策を実施するための「農村価値創生交付金制度」(仮称)の創設並びにこの制度を実効あるものにするための**国・自治体の役割とパートナーシップ**について提言した。

2014年9月提言は、本報告書のテーマである「これからの地域づくりと農村価値創生」の領域においても、極めて重要な役割が期待される。特に強調したいのは、私たちが提言する農村価値創生交付金制度を含めた「農村価値創生政策」は、政策に関わる財源をはじめとするパイについて、国対地方、都市対農山漁村などの対立概念による関係者の取り合いという発想の上にはないことである。国土に関する公益的観点も含め受益のギャップに国民がともに思いを寄せ、これを埋める努力を継続する先にこそ、都市と農山漁村が共生する社会があり、新しい価値創生社会が展望できるのである。国の関係省庁にはしっかりと受け止めていただき、積極的な推進をお願いしたい。

○国及び自治体の政策連携【国・地域】

農業・農村政策は、農山漁村における地域づくりと密接不可分の関係にある。そして、地域づくりの現場には、国の各省庁にまたがる課題や、一見してはお互いに関係性の薄いようにみえて実は影響を及ぼし合う課題が数多く存在する。各省庁の政策の横の連携とともに、国・地方を通じた政策の縦の連携が重要になる。このことは、地域づくりに関わる多様な政策について、**各省庁間及び国・自治体の「政策連携」**の重要性を意味する。例えば、農泊推進の政策は、農業・農村振興、観光交流やインバウンド、空き家対策、青少年体験教育などが関連し、国においては農林水産省、観光庁、内閣官房まち・ひと・しごと創生本部、文部科学省などとともに自治体や集落住民の連携協力が必要となる好例であるが、様々な領域での広がりを期待したい。

そして、農山漁村の現場においては、地域毎の状況を踏まえた政策の柔軟化や重ね合わせなどが必要になることから、全国一律や都市部と変わらない様々な規制の**地域実態を踏まえた規制緩和**についても、引き続き積極的な対応を要請したい。

現在、国では、地方創生推進交付金、地方交付税におけるまち・ひと・しごと創生事業関連経費をはじめ、各省庁で地方創生に関する政策推進が図られているが、農村価値創生への取組みには、住民を巻き込んだ息の長い取組みが必要であり、将来にわたる**安定的な財源の確保**と使い勝手の良い**自由度の高い制度**への取組みなど、一層の推進を要請する。併せて、政策推進に当たっては、現在進められている国や地方自治体の有する情報のオープンデータ化と民間活用も重要な取組みであることを指摘しておきたい。

○可能性の芽を育てる政策【国・地域】

全国の農山漁村の現場には、私たちがこれからの時代にめざすべきお手本となりうる取組みがいくつもあるが、それらの多くは、地域外からは注目されず水面下で雌伏の時を重ねている。国や中央（東京）基準の目からは、見過ごされがちで小さなものであっても、農山漁村には、将来大きく育ち、都市にも貢献する可能性の芽が数限りなく存在することに特に留意したい。

例えば、わが国の世界自然遺産の全てが町村の区域に所在し、多くの世界文化遺産が町村にある。世界農業遺産、世界ジオパーク、ユネスコ・エコパーク等にみられるように、中山間や離島地域などで、様々なハンディを抱えながらも先人から守りつないできた地域の宝や伝統文化は、もともと世界に認められることを意識したものではなかった。地域住民の努力の継承とともに、**グローバルな視点での地域資源の見つめなおし**が、時を刻んでかけがえのない評価につながっている。

地方に埋もれた農村価値創生の苗床に寄り添う人たちに対する「**可能性の芽を育てる政策**」は、これからの時代に特に重要だと考える。地域の潜在的な力を引き出す政策は、本来自治体の取組みと親和性の高い政策分野であり、当事者である自治体の役割は欠かせない。加えて、今後ますます重要になる都市と農山漁村の共生社会づくりなどの広域的な観点からは、小さな取組みに対する自由度の高い国の制度・政策による支援は重要性を増すものと考えている。

○農山漁村の ICT 環境の整備と情報の受発信【国・地域】

次の「2. 関係人口からのアプローチの推進」以降の提言にも共通するものとして、**農山漁村における ICT 環境の整備**がある。通信環境整備（高速化、公共 Wi-Fi 環境の整備等）によって、どこでも、いつでも、だれでも容易に情報の受発信ができる環境を整えることは、農山漁村の地理的なハンディを克服する強力なツールとなる。大都市との情報格差の解消や情報過疎からの脱却といったマイナス面の解消だけでなく、多様なスマートフォン・アプリの積極活用で、農山漁村から SNS 等により飛躍的な発信力の向上が可能になることで、国内外に直接地域オリジナルの「もの」「こと」「ひと」、すなわち**地域の本物の価値**を発信することができるのである。このためには、地域の有形無形の資源の価値をみながくこととともに、どこからでも、誰でもデジタル情報での蓄積された地域情報へのアクセスや検索ができる**アーカイブ（重要記録の保存・活用・継承）機能の構築**（農業・農村アーカイブ、観光・交流アーカイブ、ふるさとの風景アーカイブ等や「第4章1.」（P.11）の多様な視点を意識したアーカイブなど）も重要な視点である。

ICT 環境の整備は、観光・交流のみならず、テレワーク、サテライトオフィスや農山漁村を舞台にしたシェアリングエコノミーなどの推進にも大きく貢献する。また、とりわけ留意したいのは移住者・訪問者を通じた情報発信であり、例えば、クール、カワイイ等の若者・女性・外国人などの視点からの発信は、農業女子、移住アーティスト、外国人滞在者や SNS 分野のブロガー、インフルエンサー（他人の意思決定に影響を与える人）等これまでとは異質な来訪者を意識することで、新たな何かを生み出すきっかけが生まれることが期待される。

2. 関係人口からの政策アプローチの推進

観光・交流で地域を訪れる人たちをはじめ、地域に何らかの関わりを持つ人たちを「関係人口」として捉え、移住・定住からさらに政策の視点を広げることは、遠回りのように見えても、人口減少時代の新しい地域づくりにとって極めて重要な視点である。

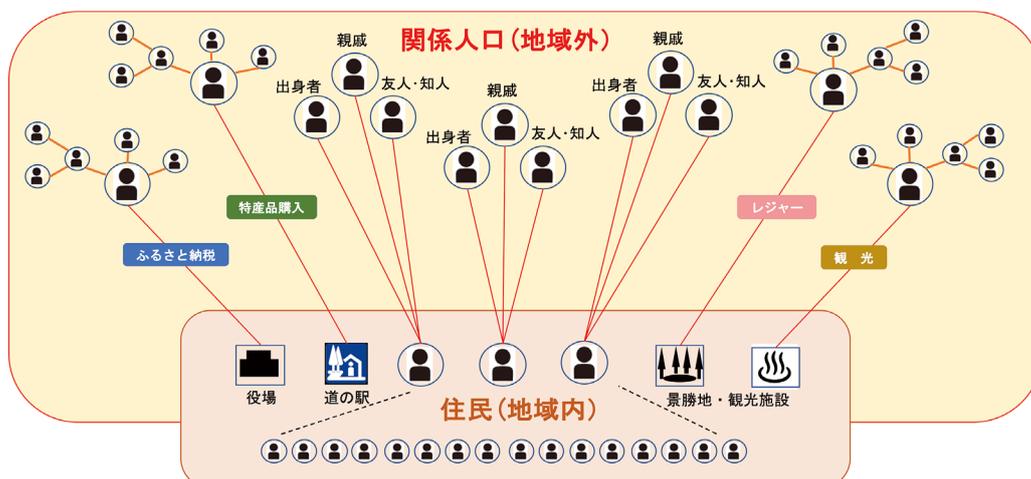
特に農山漁村においては、地域に暮らす住民の数が少ないからこそ、一人ひとりの存在は大きい。小さな集落であっても、一人ひとりが地域外のひととつながることを意識することで、関係人口の重みは飛躍的に拡大する。

今後、人口減少・少子高齢社会が着実に進展していく中で、地域における関係人口の持つ意味や価値は確実に重要性を増していく。

○関係人口見取り図の作成と関係人口ネットワークづくり【地域】

ふるさと出身者をはじめ、観光・交流やビジネスなどの訪問者のほか、ふるさと納税者、地域外からの特産物等の購入者などの幅広い関係人口づくりを進め、地域との関わりを見える化した関係人口見取り図を作成する。

関係人口見取り図のイメージ



関係人口見取り図により、地域外のどのような人たちが自分たちの地域とどう関わっているのかを地域で共有することで、**関係人口ネットワークづくり**を推進する。と同時に、地域住民自身が、地域外の人たちとどのように関わっているかはベースとして重要である。地域内の「誰」が地域外の「誰」を知っているかについて、「ひと」と「ひと」を結び関係線を引くことで見えてくるものがある。加えて、地域の内外にいる「誰」が「なに」を知っているかを地域で共有することでさらに見えてくるものがある。地域全体として人的交流の情報が蓄積され、そこから生まれる地域としての学習能力や記憶力を高めていくことができるのである。地域は、集落単位であったり、小さな自治体では村全体であったりするが、これは組織学習に関する、ダニエル・ウェグナーの提唱した「トランザクティブメモリー」(*9)の概念に通じる取組みといえる。農山漁村においては、一人ひとりの顔の見えるコミュニティの絆を、保守的・閉鎖的なものでなく、新たな時代に対応したオープンなものに変えることで、農山漁村の強力なツールにすることができるのである。

地域おこし協力隊等の国の政策の積極的な活用は、彼ら自身の移住・交流への直接的な貢献とともに、**地域内外の人的つながりの結節点(ノード)づくり**でもあり、関係人口ネットワークの拡充に大いに貢献する。また、留学生を含む学生との積極的な交流機会の拡大や国内外のアーティストへの創作の場の提供などのように、地域にはない人的ネットワークを有する人たちの地域での滞在は、地域に大きな変化をもたらす可能性を秘めている。

このような多様な取組みについて、先行事例においては、新たな移住者・来訪者に対するゲートとして、観光案内所からの発想を広げ、**集落の関係人口案内所**のようなしくみも提案されており、注目していきたい。

○「**田園回帰白書(仮称)**」の作成・発信【国・全国】

どのような属性(年齢、性別、家族構成等)を持つ人が、どのような目的でどのくらいの数、農山漁村に転入しているのか。移住・定住した人たちの実態を全国レベルの市町村単位で把握した「**田園回帰白書(仮称)**」の作成を提案したい。

*9 1980年代半ばに米ハーバード大学の社会心理学者ダニエル・ウェグナー(Daniel M.Wegner)が提唱した組織学習に関する概念。日本語では「交換記憶」「対人交流的記憶」などと訳され、「誰が、何を知っているのかを認識することによって組織のパフォーマンスの向上を図ることなどを主張している。

田園回帰白書は、転入した数などの具体的な数値情報がその基本となるが、一方で地域でのくらしや活動の実態こそが重要である。この点からは、ひとに着目した顔が見える地域情報が価値を持つが、地方新聞、TVのローカル局、タウン誌等で情報発信されることも多く、これらの情報について、関係者や都市部の関心を持つ人たちが一層入手しやすいアクセス環境が整備されることも必要である。

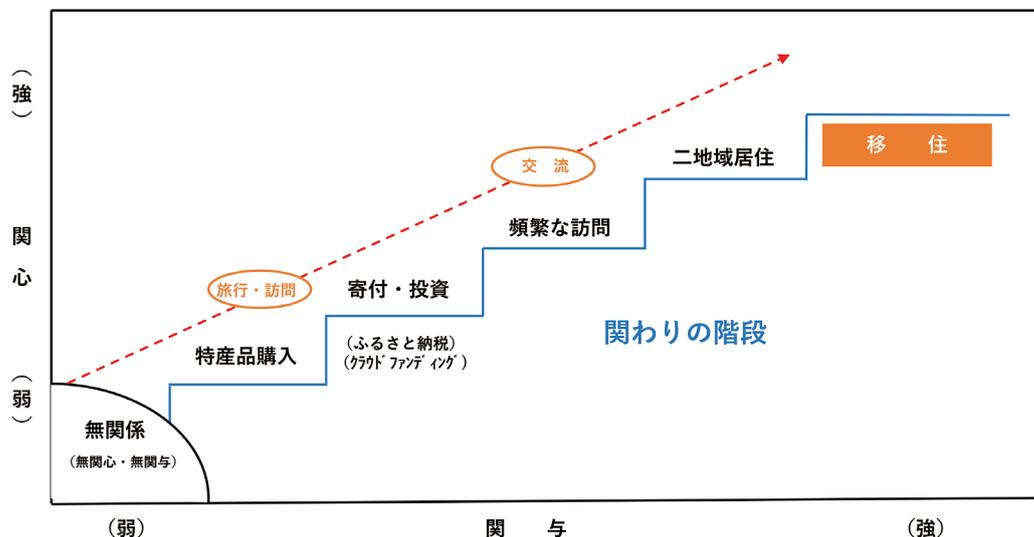
白書の作成には、相応の経費を要する紙媒体に限らず、コスト負担の少ないウェブも活用し、自治体相互の協力のもと、関係者において情報を共有・提供する。また、白書の作成は、公共性を備えた関係機関が担うことが望ましいが、精緻な厳密性を求めることが主眼ではないため、既存の開発されている手法の活用なども検討したい。

これらは、田園回帰や地域に関わることに関心がある人たちが情報にアクセスできる「**情報プラットフォームの構築**」により、相互につながっていくことも必要な取組みである。

○**関わりの階段と法制度も含めた更なる政策推進【国・全国・地域】**

「関係人口」については、農山漁村地域への関心・関与の度合いにより、移住までの間にくつもの「**関わりの階段**」が存在する(次図参照)。

関係人口の図式化と「関わりの階段」



特産品購入等でゆかりのある地域を応援したり、寄付(ふるさと納税等)やクラウドファンディングなどで地域課題の解決や地域企業の活動を応援したりする。さらには、頻繁な訪問や二地域居住、サテライトオフィスをはじめとする直接的な移動を伴う地域とのつながりで、関わりの階段を一段一段上っていく。

近年、ふるさとワーキングホリデー、ふるさと住民制度等による都市住民等への多様な

サービス・訪問機会の提供や、マイキープラットフォーム(*10)による自治体応援ポイント活用など、多様な政策連携がみられるようになってきており、今後の展開に期待したい。

なお、関わりの階段の中でも、直接的な移動を伴う活動については、移動・滞在コストと地域での活動時間を捻出するための壁が存在する。飛行機や鉄道等による広域的な移動コストの軽減や、連続休暇と休暇の分散化、副業や社会貢献活動の促進と雇用者側のインセンティブ等を図るため、例えば「**農山漁村交流促進法**」(仮称)のような法制度も含めた更なる**政策推進**は今後益々重要な課題になる。

3. 関わりの場づくりと地域みがき士(仮称)の活躍

様々な関係人口に関わる取組みの推進により、多様な人たちが農山漁村の現場を訪れることになるが、その際には、「第6章1.」(P.19)で述べた「くらしの視点」と「たびの視点」が出会い交流する場となる「関わりの場」が重要な役割を果たすことになる。

○関わりの場づくり【地域】

農山漁村の地域内の各所に「関わりの場」を多様なかたちで組み込んでいく必要があるが、「場所」や「場面」を意識することで、「日常の場」を「関わりの場」に変えていくことができることを「第6章1.」(P.19)で述べた。繰り返しになるが、関わりの場づくりは、必ずしも施設を新たに整備する必要はなく、地域にあるものを活用し、地域で行われている**活動を地域外に開く視点からのアプローチ**が重要になる。これは、人口減少・高齢化が着実に進行する地域社会にあって、例えば「男のみ」「長老から」「子供はダメ」「よそ者は資格外」といった地域のルールやきまりを地域の実態や時代に合わせて柔軟に見直し、改善し、敷居を低くしていくこととも底流でつながる理念である。地域において、伝統を重んじながらも、未来志向のやり方を考えていくことが求められる。

「関わりの場」がきちんとした施設を伴う場合は、運営主体をどうするかが課題になるが、可能な限り地元主導でコストのかからないやり方で自主的で柔軟な運営ができることが長続きの秘訣である。運営の核になる人財とともに、いつでも・だれでも参加できるようにしくみづくりも必要である。女性や他所からの移住者などをつなぎ役とすることも円滑な運営に有効である。

なお、関わりの場づくりは、都市部も含め、既に様々な分野で注目され、実践されている。廃校、空き店舗や空き家等を活用した交流の場づくりや地域食堂、コミュニティカフェ等の地域活動もこの分野の取組みといえる。

*10 マイナンバーカードの機能を公共施設の利用カードや商業施設のポイントなどに活用する共通情報基盤

○関わりの場のサテライト機能【地域・全国】

併せて、「関わりの場」の地域外における支店・出張所的な機能に注目したい。「関わりの場」についての地域情報は、広く公開されるインターネット情報としてではなく、SNS等や口コミ情報として人の輪の広がりの中で浸透していく傾向が強い。このため、飛び地的な、関わりの場「東京支店」のようなものがあることは、現地へ人の流れを呼び込む有力な手段となりうる。自治体のアンテナショップ、ふるさと居酒屋なども一部にその役割を果たしているが、島根県の実施する「しまコトアカデミー」のような対象者やテーマをシャープにした取組みも行われている。

なお、東京等の地域外での取組みが過度の財政負担とならないよう、様々な応援のしくみを活用したり、同じ志を持つ農山漁村どうしが連携したりするなどの工夫も重要である。

○「地域みがき士・同サポーター」(仮称)の創設【地域・全国・国】

「第6章3.」(P.21)において、「関わりの場」を通じた多彩な「地域みがき士」と新しい価値発見者の共鳴を述べたが、ここでは、具体的に「地域みがき士」の農山漁村での活躍について、私たちは以下の提案をしたい。

《「地域みがき士」(仮称)について》

その地域独自の、あるいは日本古来の伝統的な技能や技芸(知恵や技)を有し、その伝承や継承に努め、地域づくりとつながりながら地域の魅力増進、情報発信に貢献している人びとを「地域みがき士」と総称し、そのような人たちの活躍を応援するしくみを構築する。

◎対象となる知恵や技の例

- ・農林水産業の生産活動(生産方法や道具の開発など)に関すること
- ・家屋の建造や生活雑貨や工芸品の製造及びこれらの意匠に関すること
- ・地域の風習や伝統、民話、祭事に関すること
- ・その他当該地域において伝承すべきもの

◎名称・イメージを確立することにより、地域に埋もれている人財を発掘・登録し、全国・海外へ日本の農山漁村の価値とともに発信する。

◎情報媒体を通じた定期的・継続的な活動紹介、現地を訪ねるツアー、顕彰制度などの実施

《「地域みがき士」サポーター制度(仮称)について》

地域みがき士のファンとなり、その活動の支援や地域内外への紹介・情報発信など、地域みがき士と連携しながら地域づくりを応援する人たちを「地域みがき士」サポーターと総称する。

◎全国の地域みがき士の情報を共有したり、関係者が交流できたりするしくみを構築し、各地域がお互いに学び合い、農村価値創生の更なる向上に貢献する。

◎青少年都市・農山漁村交流事業やふるさと住民制度、ふるさと納税、クラウドファンディング、農泊、インバウンド関連施策等多様な取組みと連携して、農山漁村の「ひと」、とりわけ「地域みがき士」に着目した応援のしくみづくりと発信を行う。

4. インバウンドへの農山漁村対応

地域に潜在する資源を発掘し、新たな価値を生み出すために、いわゆる異文化のよそ者である外国人の視点を受け入れ、フェイス・トゥ・フェイスの交流を活発化することは絶好の機会になる。日本各地が会場となり1か月を超えて開催される2019年ラグビーワールドカップや多数の参加国が大会のみならず前後にホストタウン交流を行う2020年のオリンピック・パラリンピック東京大会は、農山漁村へのインバウンドにとっても大きな節目になることが予想される。第2章で述べたように、海外からの来訪者が新しい価値発見者となり、農山漁村に刺激や化学反応をもたらし、地域住民に希望の意識改革をもたらすことも期待される。

岐阜県飛騨市古川地区にみられる、参加者の多くが外国人の人気の高い里山のガイドツアーの取組みをはじめ、日本の農山漁村を拠点にして、外国人自らが世界の旅行者に向けて「クールな田舎」を発信し、質の高い体験交流を提供する取組みなど、従来の発想では考えられなかった実践事例も広がりを見せつつある。日本の伝統文化を愛する外国人の中には、伝統工芸品の製作現場や日本茶等の生産地など農山漁村の活動現場を訪ね、滞在するなど、一過性の観光旅行とは一線を画したいわば「日本のふるさと」にふれる「たび」も着実に増えている。インバウンドや地域に関わりを持つ外国人に対応するための農山漁村側の取組み方策はぜひとも検討する必要がある。

○インバウンド受入のしくみづくり【地域・全国・国】

第一に、外国人が農山漁村に滞在しやすい受入れ態勢等のしくみづくりである。農泊・民

泊や空き家、廃校等を活用した滞在施設の整備とともに、後述「5.(P.38)」の農泊プラットフォームなども活用し、滞在施設情報に容易にアクセスできることが重要である。また、宿泊やサービスのやり取りに伴う予約管理や金銭の取り扱いが生じるが、スマートフォン活用も含めた**携帯端末によるのキャッシュレス化への対応**(QRコード普及等)は急速にニーズが高まっており、途上国での普及にみられるように、農山漁村においてこそ大きな効果が期待できる。全国どこでも備えられるべき基本インフラとして、国主導のもと民間事業者の最大限の連携協力も引き出し、早期に普及促進する必要がある。

併せて特に強調したいことは、地域全体の異文化(外国人)に対するコミュニケーション能力を高めることである。これは、地域住民の語学能力を磨くことを主眼とするのではなく、むしろ片言の英語や韓国語、中国語等であっても気持ちを通じ合える、「**カタコトのおもてなし**」とでもいう、住民参加型の普段着のコミュニケーションや交流を活発化させることである。お母さん、子供たちやお年寄りを巻き込んだ地域ぐるみのおもてなし環境を整えることが肝要である。簡単な意思疎通は、スマートフォン等の携帯端末に対応した「ボイストラ(VoiceTra)」等の多言語対応アプリや多言語翻訳ソフトも開発されており、海外からの来訪者に対するハードルは年々低くなっている。

○地域のコンテンツづくりと草の根ガイド・地域の語り部の養成【地域・国】

一方でこれからは、場所を訪ねる目的から、次のステージとして「体験すること」や「ひととの出会い」へのニーズが高まっていく。日本のふるさとの原風景のような農山漁村のくらし・なりわいの中に身を置き、地域住民との何気ない交流や地域の名人・達人の手仕事、地域みがき士たちの活動にふれることそのものが、魅力的なコンテンツになる。そのことが、地域における異文化交流や地方へのインバウンドのさらなるニーズを掘り起こしていくのである。

外国人を意識した物語づくり・コンテンツづくりとともに、日本語の直訳ではない、わかりやすい説明・解説(スマートフォンでの表示を含む)や、**草の根ガイド、地域の語り部等の人材養成**などもそれぞれの地域の状況を踏まえて実践していく必要がある。

なお、国内外で人気のゲームやアニメ等のポップカルチャーとのコラボレーション、佐賀県にみられる映画ロケ地誘致との連携などにより、若者や外国人の地方への関心を高め、農山漁村への訪問を誘導することは、きっかけづくりとして有効である。さらに、これを導入部として、一過性でない本物の農山漁村のすばらしさへの外部者の気づきにつなげるための地域の努力は欠かせない。

近年、地域通訳案内士をはじめ、地域における通訳案内の柔軟活用が制度的に可能になってきているが、資格取得から実践へとつなぐためには、まだまだ発展途上といえる。実務経験を備えた指導者層を育成し、すそ野となる地域人材の拡大を図るとともに、近隣の在住外国人や留学生の積極的な活用をはじめ、CIR(国際交流員)・ALT(外国語指導助手)などを通じた行政支援も有効である。さらに、都市部の留学生等大学生の休暇を活用したワーキングホリデー的な活用形態や地域外の地域みがき士サポーターの応援など多様な人のつながりをいかし、円滑な異文化コミュニケーションづくりを進める必要がある。自治体における観光交流・産業振興に関わる外国人職員の拡充に向けて、現在検討が進められている在留資格の新たな制度による貢献も期待したい。

なお、地方へのインバウンドの活発化に伴い、英語・中国語・韓国語以外の多言語対応の観光情報や地域情報も必要になってきているが、コストのかからない多言語対応ソフト等も活用し、高齢者でも容易に操作できるよう、その習熟をサポートするボランティア等を配置するなどして、住民参加型で受入れ基盤を整えることは十分可能である。

○移動手段の確保と多言語対応の情報提供【地域・全国・国】

現在も認識され、今後さらに大きな課題となることは、交通アクセスの問題である。日本人にとってもアクセスが容易でない地域への訪問は、外国人にとってはなおさらである。人口減少社会の一層の進行が拍車をかける。一方で、公共交通の存在しない、あるいはあっても極めて不便な農山漁村の現場を来訪してくれる外国人は極めて貴重な存在である。農山漁村を訪問したいという潜在的ニーズに何としても応えていく必要がある。十勝管内のバスや九州の鉄道・バス等が連携したインバウンド向けの乗り放題パスもみられるが、国・自治体の連携により、このような取組みの全国的な普及促進を期待したい。

また、民間事業者が存在しない、あるいは存在していても極めて利便性が悪く、利用者コストの極めて高い地域においては、行政、住民、NPO等ボランティア団体などが連携協力し、駅等主要交通拠点からの**ラストワンマイル(最終目的地到達への最後の区間)の足の確保**や隣接しながらも行政区域を越える訪問先をつなぐ移動手段の確保は特に重要である。農山漁村地域での施設への交通アクセスや現地での足回りについて、さらなる柔軟で自由度の高い規制緩和やスマートフォン等携帯端末をつかっていつでもどこでも利用可能な**多言語対応の滞在情報提供システム**(移動手段、宿泊、現地ツアー、レストラン等の情報提供・予約)の構築なども併せて必要になる。法令等の制度改正は国の対応となるが、自治体どうし横の連携も求められるところであり、さらには地域ボランティア等住民も巻き込んだ関係者が一体となった取組みが必要である。この分野においても「異文化コミュニケーター」とも呼べるつなぎ役となるサポーターの役割は大

きい。地域外の応援も得て、地域における関係人材の育成に取り組んでいく必要がある。

5. 農泊等による地域滞在の推進と農泊プラットフォームの構築【国・全国・地域】

農山漁村地域への滞在、とりわけ宿泊を伴う滞在は、訪問者と住民との心の距離を一気に縮め、ひととひとが新たにつながるきっかけとなる。

ここ数年、農泊に対する関係者の関心が急速に高まりつつあり、農泊を普及推進するための官民の取組みも盛んになってきている。観光・交流をてがかりとした農山漁村の地域づくりにおいて、農泊の広がり、「関わりの場」づくりや後述の「美しいむらづくり」とも連動し、都市住民やインバウンドで訪れる人たちに日本の農業・農村の価値を理解してもらうゲートとしての貢献が期待される。そして、地域にとっても、外からの「たびの視点」で発見される地域の新たな資源や価値の再認識は、さらなる地域づくりへの住民意欲の喚起につながるのである。

他方、地域づくりと農村価値創生の観点から望ましい農泊への取組みを進めるためには、単なるブームに流されたり、経済的側面に過度の期待を寄せたりすることなく、地域住民を巻き込み、農山漁村のくらし・なりわいととも歩む取組みを定着させていくことが求められる。

このためには、国や自治体のサポートが重要であるのと同時に、住民自らの主体的な取組みへの機運の醸成や地域の中核的担い手人材が極めて重要になる。単なる点としての宿泊施設ではなく、農業・農村に関わる地域の様々な資源やひとをつなぎ、面的な広がりをもった機能面を意識しなくてはならない。地域の公民館・集会所等住民に普段使いされている施設から、郵便局、ガソリンスタンド、日用品店舗、コンビニ、道の駅等あるものをいかし、機能をつなげ、**手づくり感覚のユニバーサルな受入れ体制**を整えていくことが求められる。「第5章3.」(P.17)で「現場のしくみづくりと地域づくりプラットフォーム」にふれたが、これらとも密接に関連してくる。そして、住民の中の協力者が無理なく関わり、地域案内したり、お茶を提供し、話し相手になったりするなどのいわば**普段着の「みんながコンシェルジュ」**ともいえる取組みが効果を高めるのである。

今後は、国内外の利用者に対する全国各地の**農泊等関連情報の提供・発信のためのしくみづくり**が必要になってくる。農山漁村の生産活動現場や周辺の自然環境は、教育分野や福祉・医療分野との親和性が高く、国内外の若年層ばかりでなく、今後は海外も含めた高齢者層をもてなす受け入れ空間としての発展可能性が高い。前記4.のインバウンド対応とも共

通するが、ユニバーサルデザインへの小さな配慮と直接の手助け、ウェブ等を活用した予約管理や現地へのアクセス改善などのしくみを構築していくことが重要になる。この中には、利用者の立場からは、施設情報だけでなく現地での交流に関する情報なども盛り込まれる必要があり、海外も意識したピクトグラム(絵文字・絵単語)や一定の共通フォーマットによるわかりやすい情報の提供とともに、**ユニバーサルなサービスの質の確保**も課題になる。

このため、**全国横断的な農泊プラットフォーム(関係団体・行政等の連携基盤)の構築**などにより、施設運営主体のみならず、関係する地域・団体・行政がお互いに情報を共有し、地域をみがき魅力を高めていく活動と連動させながら、さらに取組みを活発に展開していくことを期待したい。

これに関連して、既にグリーンツーリズムや青少年農山漁村体験交流などの取組みが行われ、農山漁村地域に一定の効果をもたらしているが、とりわけ、次代を担う子供たちの農山漁村体験は、子供たちのみならず地域にとっても何ものにも代えがたい、かけがえのない価値となるものであり、今後、国・地域を挙げて**青少年の農山漁村体験交流の国民運動的な取組み**のさらなる活発な展開を求めたい。そして、このような流れの中で、農泊が役割を果たし、相乗効果を発揮しながら、地域づくりと農村価値創生に貢献していくことを期待したい。

6. 美しいむらづくり～景観と食を中心にして～【国・全国・地域】

農山漁村の景観に親しみ、食を楽しみ、地域住民とふれ合いながら農山漁村に滞在する観光・交流への関心が年々高まりつつある。いわゆる従来型の観光地としては人びとに意識されていなかった農山漁村においても、外からの「たびの視点」を住民が意識して景観価値をみがき、地域ならではの魅力ある食を提供し、滞在者や来訪者を増やす取組みは、今後ますます重要性を増す。

とりわけ景観については、ヨーロッパの国々では、景観価値に対する評価が伝統的に共有され、景観を守り、時には破壊された景観を復元するなどの努力が重ねられている。各国の地方の小さな村においては、例えば、美しいむらづくり運動やフットパス(歩くことを楽しむための道)等の取組みにみられるように、都市化されていない小さな自治体の美しい景観、伝統文化こそが大きな価値を持ち、地域アイデンティティの構成要素となる。

北海道の富良野・美瑛地域や瀬戸内海の島々、飛騨の里山や四国の祖谷集落、由布院盆地等にみられるように、景観を意識し、みがくことで観光的にも成功しているモデルは国内各地にある。国における「美しい日本のむら景観百選」などの取組みや全国の市町村有志によるヨーロッパを範にした「美しい村連合」などの活動も行われているが、わが国においては、

農山漁村の景観に対する価値評価は、まだまだ発展途上にある。

○景観整備と環境保全を意識した農山漁村デザイン政策の推進【国・全国】

農業の多面的機能のうち、特に景観及び環境面の機能を意識した定性的・定量的な把握を全国的視点から国レベルで行い、これに基づき、景観や環境に配慮した農業政策を推進していくことは今後益々重要な視点になる。この分野の政策には、**景観農業振興地域整備計画の理念の再考**と積極的な位置づけによる**ゾーニングの推進、農業施設の配置や農業資機材の保管・配置の方策**、景観整備・環境保全の実践農業者に対する**インセンティブ支援の創設**などが含まれ、今後積極的な推進を期待したい。

加えて、今後の重要課題として、景観と調和した農山漁村デザインについて、公的部門の専門家やコーディネーター、アドバイザーの育成を図り、国民共有の価値観として農山漁村の美しい景観づくりについて、不断に国民の合意形成に努めていくことが求められる。そして、景観の美しさの基底にある農山漁村の持つ多面的な公益機能への理解促進や、これを維持するための都市・農山漁村の共生の視点も含めた公的支援の充実強化といった政策へとつながっていくことが重要であることを強調しておきたい。

具体的には、農山漁村の景観向上への地域の**多様な取組みを表彰する制度**の創設やくらし・なりわい空間をたびの視点で修景し、魅力を高める「**小さなたびの景観整備交付金**」(仮称)といったかたちの、農山漁村の現場での景観づくりをさらに促進する制度を国と自治体が連携して設けることなどの方策を提案したい。

○農山漁村の美しい景観づくりと電柱・電線類等への対応【地域・全国・国】

くらし・なりわいの日常の風景であっても、これを美しく整えることで、「地域の心の窓」が開き、国内外に通じる魅力を生み出す。「くらしの視点」と「たびの視点」を意識し、地域住民のコンセンサスを得ながら、地域を訪れる人たち(訪問者)の滞在する場、住民との交流の場などをはじめ、訪問者が行き交う沿道部、目線が広がるビューポイントなど、まずは地域内の重点的なポイント(拠点)から計画的にはじめ、順次これを線でつなぎ、面として広げていく作業は有効である。このためには、地域目線の観光・交流の視点から、地域ぐるみの話し合いと実践による荒廃農地、廃屋等の景観上の修景や農地等の**土地利用に関する地域にやさしい規制緩和**(農地内における遊歩道・展望所・休憩所等の設置緩和など農地法上の配慮等)も必要である。

景観と調和した農山漁村デザインは、農業、林業、漁業等の活動現場とその周辺環境に加

え、公共施設や道路・橋梁等(ガードレール、交通案内標識を含む)から、集落の家並み、さらには、個々の住宅の外部空間まで意識が及ばなくてはならない。

したがって、行政の政策推進とともに地域自らできること、例えば、草刈や花の植栽、ブルーシートに代表される農業用資材の周辺景観への色彩配慮など、住民による合意形成と主体的な活動実践ができるかどうか、車の両輪になる。「**一集落一美観運動**」などの地域ぐるみの取組みが重要になる。

このためには、移住者、地域おこし協力隊、海外からの来訪者など、いわゆるよそ者の視点・意見も参考にして集落の話し合いにより具体的にやるべきことを整理し、**美しいむらづくりマップによる見える化**を図る。畦畔や家屋・建物周りの草刈りなど住民が日常的に実行できるものから、行政も関わった古民家・廃屋の修復活用などまで、できることから柔軟に「**もうひと手間の美しい景観づくり**」を実践する。住民も来訪者も居心地の良さを感じる場所に、例えば、ベンチ・縁側カフェなどの身の丈に合った小さな「**関わりの場**」づくりを進めることも一案である。

特に、ヨーロッパ等の美しい農村風景と日本の農山漁村の景観の大きな違いのひとつに、電柱・電線類の存在がある。我が国においても、大都市においては、景観や防災上の観点から電線類の地中化が進められ、地方の伝統的建造物群保存地区や美観地区においても、電柱・電線類の景観への配慮が行われているが、農村価値創生に向けて、地域の話し合いと重点地区の設定による電柱・電線類への対応は課題といえる。誰が負担し誰が受益を受けるのかという現実的な課題もあるが、農山漁村を起点にして美しい日本を創生するという未来志向の取組みは強く意識されるべきものとする。防災・災害対応上、地中化等はむしろ難しいケースも当然想定されるが、前述の農山漁村デザイン政策とともに、**電線類等の配置への配慮**(セットバック、ルート変更、地中化等)、**素材・色彩デザインの工夫**なども含め、電力会社等企業の協力も得て、例えばクラウドファンディングなども活用し、全国津々浦々での景観面からの積極的な取組みを提起したい。

○景観と食の連携による農山漁村の振興【地域・全国・国】

フランス、イタリア、スペイン等の美しいむらづくりへの取組みにみられるように、小さな村の美しい景観のなかには、地域が育む魅力的な食文化が必ずある。地域ならではの食材・調理法を生かしたオンリーワンの美食は、国内のみならず世界から人びとを惹きつける。

地産地消、スローフードなどの取組みや食育、医食同源等で表現される食と健康の関わり

への取組みが各地で行われているが、「たびの視点」をも意識することで、例えば美味しいワインを育むテロワール(土壌)にみられるように、景観と食の生産現場が密接不可分なその土地固有の価値として輝きを増す。また、わが国には、日本酒、焼酎、泡盛といった國酒ともいえる伝統的な酒や国産のウイスキー、ビール(地ビールを含む)、ワイン等世界に類のない多様な「美味しい酒」が存在し、近年、海外の評価が急速に高まっている。これらもまた、北海道から九州・沖縄に至る国土の多様な気候風土と生活文化の中で育まれてきたものである。

農山漁村の美しい景観とともにこれと結びつく食を連携させ、例えば「**農山漁村の景観と食の連携重点地区**」(仮称)といった集落ぐるみの取組みを推進するとともに、美しい農村景観と一体となった農泊や農村レストラン(ヨーロッパのオーベルジュ的なものも想定)、交流施設などに**都市住民が頻繁に足を運べるしくみ**(会員割引チケット・年間パス等、表彰制度、ガイドブックなど)も提案したい。特に、**ふるさとワーキングホリデーの一層の普及促進**をはかり、例えば、都市部の若者等がぶどう収穫期にワイン醸造農家に滞在して、労力奉仕するなど食の恵みを育む農村の景観づくりに貢献することは、本報告書の趣旨の具現化そのものである。

また、今後は農山漁村地域においても、海外からのインバウンドを意識した対応が期待されるが、この場合、食の分野についても、ハラールに代表される**宗教・文化上の留意事項**が発生する。道の駅、農家レストラン、農泊等で個々に多大なコストをかけて認証取得するやり方は現実的ではないことから、提供者側の知識の習得とともに、絵図やスマホアプリ等を活用した食材、調理法等のわかりやすい表示による代替的な手段の全国的な普及推進も進めていく必要がある。



地域づくりに終わりはない。地域づくりは、都市であれ農山漁村であれ、人がそこに暮らし続け、幸福を追求する限り、常に求められるものである。農村価値の究極は、どんな困難や失敗があってもそれを乗り越え、希望を抱いて行動し続ける「地域のひと」そのものである。そして、いま、必要なことは、地域内外のひとがともに関わりあう新しい地域づくりである。

「たびの視点」と「くらしの視点」を重ね、新たな「関わり場の場」の創造という視点でとらえ、農山漁村地域における観光・交流を望ましいかたちで促進することは、これまでの地域づくりを新たなステージに導く契機となる。それは、農山漁村という舞台において、内と外の新しい多様なつながりをつくり、柔軟な発想で議論しながら持続可能な地域をめざす、「**地域社会イノベーション**」ともいえるものである。

そして、この地域社会イノベーションとは、地域自身が、これまでの手法にとらわれない、新たな視点や考え方で地域づくりに臨む姿勢をも意味する。

2014年9月の全国町村会提言「農業・農村政策のあり方についての提言 都市・農村共生社会の創造」において、『農村では、知恵と工夫次第で、所得は都市並みでなくとも豊かに暮らせる。ただし、そのためには、農村が将来にわたり自律し持続していく必要がある。』としたうえで、「①地域資源を有効活用した農業が持続的に行われていること、②循環型社会であること、③集落の機能が維持され開かれていること、④若者や女性が活躍できる場であること、⑤交流が継続していること」の5つの条件を提示した。この提言においてその意義を主張した田園回帰の潮流は、いまや着実にその大きさを増しつつある。また、これに重なるように農山漁村に向かうインバウンドの潮流も広がりを見せている。

2014年9月は、地方創生の基本方針が策定されたときでもあった。本報告書の提言は、2014年9月の全国町村会提言を継承するとともに、その後の都市と農山漁村を巡る状況や地方創生の政策推進も踏まえ、「観光・交流」という「外からの視点」を取り入れ、農村価値創生に向けて新たなステージにつながる提言を行ったものである。

都市の住民や若者たち、そして海外から訪れる人たちがなぜ農山漁村に向かうのか、その動機と行動の中にわが国の将来を展望するヒントが確実にある。それは、経済的なものに置き換えることのできない、生き方に関わる価値を探し求め、都市と農山漁村が共生する新た

な地域づくりへの胎動といえるものかもしれない。このためには、パイを奪い合う「競う社会」から「共に創る社会」への転換を農山漁村の地域づくりから進め、都市に着実に波及浸透させていくことがわが国にとって不可欠な取組みとなる。私たちの提言には、このような強い思いがある。

東日本大震災以降も様々な自然災害が全国各地で発生しているが、農山漁村は、常に背中合わせの自然の恵みと脅威の最前線に立ち、現場から生きる知恵を学び、調和的で持続可能な地域社会の実現を追い求めている。このことは、都市の大災害に対するレジリエントな国づくりにもつながる。

国際社会の中でわが国の立ち位置を考えると、都市と農山漁村の共生や農山漁村相互の連携により農村価値創生が持続的に行われ、SDGsの理念にもかなうかたちで日本全体の価値が高められていくことは、農山漁村のみならず国民共通の目標となりうるものであろう。そして、世界が日本の農山漁村の営みとそこにくらす人びとに目を向け、実地に学び、お互いに理解を深め共感することの中にこそ、**農山漁村の真の評価と貢献**が生まれる。ここにこそ、第1章の『農山漁村はどこに向かうのか』の答えがあるように思えるのである。

そのためには、全国の農山漁村の現場で地域づくりに関わる人びとのたゆみない営みこそが大きな力になる。農村価値創生なくして地方の創生はない。農山漁村の現場からの創生があってこそ、21世紀という時代を持続的に生き抜く我が国創生の道が開けるのである。私たち町村は、強い意志を持って住民とともに今後も続くであろういくつもの困難な課題に立ち向かっていく決意である。国においては、本提言の趣旨をいかし、全国的な視野での力強い政策の立案・推進に最大限のご尽力をお願いしたい。

(了)



現地調査の概要

本研究会では、地域資源に着目した観光・交流等に関する取組みについて3地域の現地調査を実施した。

第1回 2017年08月24日～25日 大分県国東半島地域

- 調査先 ①国東半島宇佐地域世界農業遺産推進協議会(杵築市)
②NPO 法人安心院グリーンツーリズム研究会(宇佐市)
③ザ・ジャパン・トラベルカンパニー(株)(杵築市)
- 参加者 荘林委員、岡司委員、安島委員

第2回 2017年10月16日～17日 島根県奥出雲町

- 調査先 ①奥出雲町役場
②森田醤油店
③鉄師 卜藏(ぼくら)家 鉦の舎(たたらのいえ)
④横田高校
⑤株加地
⑥囲炉裏サロン田楽荘(だらくそう)
- 参加者 楓委員、梅川委員、孔委員、安島委員、岡司委員

第3回 2018年06月04日～05日 岐阜県飛騨市

- 調査先 (株)美ら地球(ちゅらぼし)(岐阜県飛騨市)
- 参加者 飯塚・高野・佐藤(全国町村会事務局)

調査に際しては、現地関係者の皆様に多大なご協力を頂きました。
深く感謝申し上げます。

第1回 大分県国東半島地域

1. 国東半島宇佐地域世界農業遺産推進協議会

- 協議会長の林浩昭氏からヒアリングを実施。林氏は東京大学農学部助教授を経て帰農。大分県立農業大学校校長や大分県教育委員長等を歴任。世界農業遺産の認定に向けた活動では中心的な役割を担った。

1 ヒアリング内容

1. 2013年、クヌギ林とため池がつなぐ国東半島・宇佐の農林水産循環が世界農業遺産に認定された。
2. 世界農業遺産の認定に際し、アクションプランをFAO(国連食糧農業機関)に提出した。
 - 農林水産業と関連した人々の営みの次世代の継承。
 - 世界農業遺産ブランドを活用したものづくりや交流人口の拡大等による地域の元気づくり。
3. 次世代への継承について一番やりたいことは新規農業参入者や後継者づくり。
 - 次世代への継承教育は順調。地元の小学生は七島蘭(しちとうい)*を栽培。認定を期に授業で、地域の価値を教えている。

*七島蘭(しちとうい)>350年の歴史を持つ庶民の生活を支えた緑なしの琉球畳表。現在、生産者は安岐地区で5軒のみ。H22年に「くにさき七島蘭振興会」が発足、教育・研修に注力、課題は生産後継者の確保。

2 確認できたこと

1. 地域資源の発掘に努めた徹底した観察眼の存在。
2. 発掘した資源を世界的な価値につなげる科学的な検証の実施。
3. 資源を整理・分析し申請作業を短期間で終えたキーマンの存在。
4. 行政との連携、財政支援を含めた行政の強力な推進体制の存在。
5. 風土に根ざした伝統農法や生態系などの持続性確保が前提であること。
6. 持続的な営みを優先し観光・交流はあとからついてくるという発想。



▲現地の風景



▲林浩昭氏



▲七島蘭

2. NPO 法人安心院グリーンツーリズム研究会

○会長の宮田静一氏からヒアリングを実施。宮田氏は宇佐市生まれ。1972年から旧安心院町で3haのぶどうを栽培。1989年にぶどうの直売所を開設、1995年アグリツーリズム研究所会長、2002年大分県グリーンツーリズム研究会代表、2003年国土交通省の観光カリスマに認定、2006年に(株)安心院長期休暇連合会設立社長に就任。

1 ヒアリング内容

1. 安心院方式の農泊

- 一日一組の宿泊客を迎え、心の交流をし、第二のふる里になってもらう。
- 農業・農村体験学習は、生徒が少人数の班に分かれ民家に宿泊、農業・農村体験を通じ日常生活とは異なる「農村」体験をしてもらう。受け入れ家族と一緒に農作業や食事を家族の一員となってふれあいの時を過ごす。
- 本物の非日常体験は、人の優しさや家庭の温かさ、農作業の大変さや楽しさなど、農村に対する新たな認識を子どもたちに与えている。
- 農家は当初、「農家が人を泊めてお金をもらうなんて」と乗り気ではなかったが、泊めた後、「初めて人に褒められた」「農家は褒められることがない」と、感動していた。
- グリーンツーリズムは、人が資源。日本全国、人にやる気さえあれば、どこでもできる。
- 田舎ではよく「ここは何もない」と言う。そういう人には、「あんたがいる。あんたが頑張れ」と言う。

2. 3つの綱領

- 都市との交流により、町の基幹産業である農業を守り育て、発想を変え新しい連携の下、経済的活性化により農村の1軒1軒の足腰を強くする運動である。
- 農村の環境・景観を保全し、ゴミのない町づくりを原点とする。
- 農村の社会的、経済的向上を目指す。

2 確認できたこと

先駆者としての高い精神性の維持と意識的な取組。

2. 安心院方式は理念の共有化を優先していること。

- 受入農家の個性を重視している。

3. 活動維持の要因について

- 専門部会方式による役割分担と専従職員体制による事務局運営。
- 5年ごとに実施しているヨーロッパ視察研修の継続による本場の知見吸収に向けた意欲。



▲宮田静一会長



▲現地の様子



▲農泊の案内看板



▲現地の様子

3. ザ・ジャパン・トラベルカンパニー(株)(JTC)

○代表取締役のポール・クリスティ (Paul Christie) 氏からヒアリングを実施。ポール氏は英国ケント州生まれ。ロンドン大学で経済学を専攻後、1987年に留学生として来日、埼玉県川越市にホームステイ。1989年以降英国と日本で新聞社勤務やテレビプロデューサーを経て2002年に大分県に移住。2010年にザ・ジャパン・トラベルカンパニーを設立。



▲ポール・クリスティ氏



▲ポール・クリスティ氏の恩人、脇坂悦さん



▲JTC 事務所前の様子



▲JTC 事務所

1 ヒアリング内容

1. ザ・ジャパン・トラベルカンパニーについて
 - 国内企画募集型ツアー、海外受注型ツアー(カスタムメイドタイプのツアー)、海外の旅行会社の予約代行業務等の旅行代理店業務を展開。
 - 杵築市の本社と東京都渋谷区神宮前に支社を置く。
 - 従業員は約 40 名(取材当時)。
 - 年間約 300 ツアー、2500 名程度が参加(2016 年実績)
 - 参加者の主体は訪日外国人。外国からの修学旅行の受入も行っている。
 - ポール氏は、ウォークジャパンというツアー会社のツアーリーダーをやっていた。それが現在の会社の前身。
2. 移住した当初はボランティアで地域の草刈りなどを手伝っていた。
3. この場所は集落の玄関に当たるところ。景観がよくないと気持ちよくなる
 - 景観をよくすれば、守られていると思うようになり、みんなの元気も出てくる。
 - インバウンドをやっていると荒れた景観では商売にならない
4. 循環や持続の必要性をやって来る人に話すと「自分にもやらせてくれ」という。
5. 訪れた人が 1 週間でも半年でも滞在できるシェアハウスのようなものを整備する必要がある。
6. 日本語が話せなくても地域の人とはやっていける。
7. 名勝や高級ホテル、三つ星レストランも良いがそれだけでは、何かもの足りないと思っている人は世界に大勢いる。
 - ここを訪れた人は、人間が本来持っている心をここに来て回復するという手応えを感じているのではないか。そういう環境を提供しなければいけない。
8. 農業だけで食べていくのは難しいので、現代社会にふさわしい兼業のあり方を考える必要がある。
9. インターネットがあれば、スカイプミーティングで会議や打ち合わせができる。
 - 都市並の収入を得ながら田舎で暮らせる。これは非常に大きい。インターネットなしには考えられない

2 確認できたこと

1. 日本の景観、風土、人間性への敬愛を起点とした価値創造作業、特に景観への強いこだわりを持っていること
 - ターゲットが明確(原風景や人情がアピールの対象)。
2. クリステイ氏のライフスタイルに見る都市・農村共生社会の姿。
 - 都市と農山村の違いやそれぞれの役割を意識した取組。
 - ネット社会は地域の優位性をもたらす。
 - 新たなものは作っていない(既存の価値への共感と共有意欲が原動力)。

第2回 島根県奥出雲町

1 奥出雲町役場

- 勝田康則町長、奥原徹副町長、本山宏人観光推進課長からヒアリング
- 奥出雲町は誇れる地域資源が沢山あるが、PR不足もありうまく活用できていないのが現状。
- 今年から地域資源を活用した観光地魅力化創造事業に着手した。
- 今年4月に県庁から来たが、担い手不足、人口減少を実感しており、地域づくりにも打撃を与えていると感じている。
- 観光パンフレットは、役場職員の三成由美氏や飯南町、雲南市の女子職員が中心になった「おくいずも女子旅つくる!委員会」で制作したもの。

2 有森田醤油店

- 代表取締役森田郁史氏からヒアリング。
- 原料選びから製麹、もろみ管理、火入れまで一貫して自社工場で行い、奥出雲の清涼なわき水をふんだんに使う、自然の状態を生かした醤油づくりを続けている。

3 鉄師 卜藏(ぼくら)家 鈿の舎(たたらのいえ)

- 鳥上郵便局長田辺俊成氏からヒアリング。
- 田辺氏は松江藩五大鉄師の一つである卜藏家の子孫。
- 町内竹崎・追谷地区に所有していた小屋を改修、地元住民で作る一般社団法人「奥出雲地域活性化プロジェクト」とともに、山菜料理やそば、茶菓子を提供するカフェを2017年4月に開設。
- カフェは、土日祝日の11~17時までオープン。
- 地域で活躍している作家の陶器等も展示販売。
- 追谷集落の棚田を光で浮かび上がらせる「たたら灯(あかり)」を実施している。
- 3年前偶然ここを訪問した横浜のIT関連企業の社長が棚田を眺めながら食べた仁多米の味覚に感激、田んぼを後世に残す役割を果たしたいとの申し出があり、毎年300万円資金援助してもらっておりLEDライトの購入に充てている。
- 田んぼは20、30枚程度だが、生活排水が一切入らない山の源流の水で育てている。

4 横田高校魅力化事業

- 鳥根県立横田高等学校魅力化コーディネーター本宮理恵氏、奥出雲町地域振興課三成由美氏からヒアリング。
- 本宮氏は安来市出身。大学卒業後、民間企業勤務を経てUターン。江津市でNPOの設立に関わった。インターンシップなど大学生をテーマにした地域活動を支援してきたが、高校時代に地元を知り、外に出て島根に戻ってくるのが、島根にとって大事だと思っていた。そんなときに三成さんから声がかかった。
- 三成氏は奥出雲町出身。田舎出身がいやで名古屋大に進学。名古屋市での勤務を経てUターンし役場に就職。まちづくりに意欲を燃やし情報誌の作成やイベントの企画、運営を手がける。日経WOMANの「ウーマン・オブ・ザ・イヤー2015」に選ばれる。
- 鳥根県では高校生を対象に「しまね留学」として県外生を積極的に募集している。
- 県外生は、地元の生徒よりも積極的で、田舎を純粹に学ぼうとしたり、農業の動きを知ろうとしたりするなど意欲を持っている。
- 週末も地域に出て、固定的な地域の間人関係の中で動き、新たな視点や刺激を与えている。
- 18歳までにいかに地域資源や地域の人材に触れて、暮らしの魅力に気づくか大事にしたい。
- 高校の段階は、気づくだけでなく、自分たちの地域のためには何ができるのかを強化した授業設計をしている。
- 最近の高校生は、観光にとっても興味がある。地域の良さも分かっている。地域の良さが知られていないのが悔しいと思っている。情報発信や動画が大好きな世代。
- 女子高生が案内する「おいしい・かわいい・きれい女子旅」、女子高生が提案する婚活ツアーや高齢者のためのバスツアーの提案などがあった。
- 「だんだんカンパニー」(2011年～・産学官連携事業)について
- 内田咲子氏や商工会の元事務局長からの地域資源を使った商品開発の提案がきっかけ。
- 開発したブルーベリージャムやクッキー、作業を手伝った仁多米などを東京のアンテナショップやデパートで販売している。
- どんな苦労があって生産しているか、自分たちも地元の人を応援したいという思いで一緒に作っているとアピールすると、「それなら買うわ」と言ってくれる。
- 3年間で協力してくれた企業・団体の数(21)をみると奥出雲の力を感じる。
- 生徒は、「自分の企業だけでなく、町のため」に話す地域の人が印象的だったと言っている。
- 教員も苦労は多いが、答えのない課題に向かうのが今の教育現場では大事だと感じている。

5 株加地

- 代表取締役会長の小川國男氏からヒアリング。
- (株)加地は、1966年スポーツシューズの縫製業として操業。1995年新素材 EXGEL を開発。車イスや自動車用のクッションや介護用マットなど衝撃吸収素材を開発・製造。
- 地域の栄枯盛衰をみてきたが、特に懸念しているのは、後継者のいない農業。
- 農村景観もみんなで草刈りしながら何とか保っているが、この先に大変な危機感を持っている。
- 6次化でもみんな努力しているが、産業人としてアバウトな目標でなく成功モデルを模索した。
- 本業は順調なので、リスクを背負う必然性はないが、ここで生まれ現実を見るほどに、誰かが小さな成功事例をつくらなければとの思いで3年前から食品開発を始めた。
- 一番丁寧にやっている農家の所得の向上につなげたいとの思いで、焙煎玄米を利用したスイーツの販売を今年の夏から始めた。
- 製品開発は、ひらめきでは意味がなく地域の文化や歴史から考えるブランドストーリーが語れるものでないとだめだ。
- そこで、古代から継承している砂鉄に火を入れ、玉鋼をつくる「たたら」にその思いを寄せて、米に火を入れ、香ばしいものを作ろうということになった。
- 最初に拠点をつくると失敗する。人が集まるような仕掛けや魅力をどうつくるかが先だと思う。我々のような中山間地域は、特色の違いこそあれ全国にたくさんある。どうやって人を引きつけるのか、ちゃんとしたものがないと人は来ない。地域もそれをまとめないと、結局中途半端なものになってしまう。
- 都会や海外の人をこちらに呼ぶのであれば、本当に来て良かったと思うものを見つけ出す競争だと思う。その答えを探したところが勝ちだと思う。

6 囲炉裏サロン田楽荘(だらくそう)

- 白山(しらやま)洋光・里香氏夫妻からヒアリング。
- 洋光氏は、千葉県から島根県へIターン。生きていく中で本当に大切なものは何かということに気づき、古来の日本の暮らしを継承していきたいと思い、奥出雲で農業を始めた。里香氏は松江市出身。
- 「奥出雲オーガニックコットンプロジェクト」に参加し、この地で収穫してきた綿を全国の人に広めるべく、活動を続ける。築300年の古民家には、冷房も暖房もなく、1年中囲炉裏の炭に火をつけ、夏でもこの火で食事の支度をする。囲炉裏の火を囲みながら、白山夫妻とゆっくりと語り合い、疲れを癒しに訪れる人が絶えない。

確認できたこと

- ① 地域を愛し、将来を真剣に考え、行動を起こしているプレイヤーが存在する！
- ② 横田高校の魅力化事業は、生徒の教育を通じた地域みがきの実践である！とりわけ、地元の若者を中心にした観光・交流施策の展開に大きな可能性を持つ！
- ③ 地域内の各取組みは、いずれも外部の視点を意識的かつ積極的に取り入れる工夫をしている！
- ④ 一方で、各プレイヤーの取組みが個々に留まっている印象もあり、地域内で情報共有を図り発信すれば新たな展開が期待できる！
- ⑤ いずれの取組みもオリジナリティにあふれており、大きな可能性を持つ！



▲奥出雲町役場会議室



▲三成由美氏



▲森田郁史氏



▲鉄師 卜藏家 鈿の舎



▲田辺俊成氏



▲仁多米を用いた商品



▲焙煎玄米を利用したスイーツ (株)加地



▲小川國男氏



▲白山洋光・里香ご夫妻



▲本宮理恵氏



▲囲炉裏サロン田楽荘

第3回 岐阜県飛騨市

1 「美ら地球」について

サイクリングによる里山ツーリズム事業、飛騨地域の山村や古民家の活性化プロジェクトなどを展開する会社。とりわけ「飛騨里山サイクリングツアー」は、参加者のほとんどを外国人が占める同社の中心的な事業

2 取締役の山田慈芳(しほ)氏からヒアリング

1. 持続可能なツーリズムを実現するためには・・・

- 地域環境の質(自然、里山、文化、暮らし)
 - 住民生活の質(食料・水・住居・雇用・誇り・貨幣価値に換算できない豊かさ)
 - 訪問者の満足(遊戯欲求・知的欲求・達成欲求・貢献欲求・完成欲求)
- ⇒ この3つのバランスをとることが大事。
- その地域「ならでは」のものを見つけたものが勝ち組になっていく。
 - 「ならでは」を守れるか、守れないかが田舎の将来を決める。

2. 美ら地球の2つの視点

- 飛騨に移住し、活動する“飛騨びと”としての「くらしの視点」と、外国人の目線で外と地域を繋ぐ、仲介役としての「たびの視点」を持っている。



3. 明確なターゲットの設定

- 地域の暮らしを維持し、顧客に満足を与えるため、規模を大きくせず、程よく質のよい顧客を求めている。

4. ガイドの人材確保の現状

- 美ら地球では顧客のニーズを的確に捉え、言語、タイムマネジメント、リスクマネジメント、体力など高度な技術を持つガイドが求められる。そのための人材確保に苦勞している。
- 訪日外国人観光客が増加し、里山への関心が高まる中で、職業としてガイドが認知され、雇用体制など地位向上に向けた行政の支援が必要ではないか。

5. 顧客・地域・美ら地球の互恵的な関係の創出

- 顧客・地域・美ら地球が共生し、互いに与え、与えられる好循環が生み出されている。

③ それぞれが担う活動

▼顧客

- 里山の暮らしの価値を認める。
- 知的好奇心を育む。
- 地域にお金を落とす。(食事・宿・物産など)

▼地域

- 日常の生活を送る上で必要なことを行い、暮らしを維持する。
- 外からの承認が「飛騨びと」の誇りを育む。当たり前の風景の価値を再認識する。
- 海外への関心が生まれ、地域をもっとよくしようという想いに繋がる。

▼美ら地球

- エコツーリズムの実践(地域の自然環境や歴史文化に責任を持つ)
- 顧客の満足・地域への貢献に繋がる地域ぐるみの取組を充実させる。
- 日本の田舎の魅力を旅人の視点で理解し、紹介するガイドの育成。



▲ 飛騨里山サイクリングツアー実施の様子 ▶



資料編 調査先ホームページ等 URL (参考)

1 大分県国東半島地域

- 国東半島宇佐地域世界農業遺産推進協議会
<http://www.kunisaki-usa-giahs.com/>
- NPO 法人安心院グリーンツーリズム研究会
<http://www.ajimu-gt.jp/>
- ザ・ジャパン・トラベルカンパニー(株)
<http://japantravelcompany.com/>

2 島根県奥出雲町

- 奥出雲町役場…………… <http://www.town.okuizumo.shimane.jp/>
- 森田醤油…………… <http://morita-syouyu.com/>
- 鉄師 卜藏家 釘の舎…………… <https://www.facebook.com/tataranoie/>
- 横田高校魅力化事業…………… <http://www.yokota.ed.jp/about/204>
- 加地…………… <http://www.exgel.jp/jp/company/>
- 囲炉裏サロン田楽荘…………… <http://www.oideyo-shimane.jp/748>

3 岐阜県飛騨市

- (株)美ら地球
<https://www.chura-boshi.com/>
- (株)美ら地球・視察パッケージのご案内
<https://www.chura-boshi.com/service/inspection/>

2018年9月時点

委員

- | | | |
|---|------------|-------------------------------|
| | 梅川 智也 | 立教大学観光学部特任教授 |
| ◎ | 小田切徳美 | 明治大学農学部教授 |
| | 楓 千里 | (株)JTB パブリッシング エグゼクティブ・アドバイザー |
| | 孔 怡 | (株)天怡代表取締役 |
| ○ | 荘林幹太郎 | 学習院女子大学国際文化交流学部教授 |
| | 函司 直也 | 法政大学現代福祉学部教授 |
| | トム・ヴァインセント | (株)トノループネットワークス代表 |
| | 安島 博幸 | 跡見学園女子大学観光コミュニティ学部教授 |

◎：座長 ○：座長代理(敬称略・50音順)

全国町村会関係者

【オブザーバー】

政務調査会財政委員長	汐見 明男	(京都府井手町長)	2017.07-
同	山崎 親男	(岡山県鏡野町長)	2017.03-07
政務調査会経済農林委員長	黒木 定藏	(宮崎県西米良村長)	2017.07-
同	民部田幾夫	(岩手県岩手町長)	2017.03-07

【事務局】

事務総長	武居丈二(2017.05-)	石田直裕(2017.03-05)
次長	細見邦雄(2018.04-)	原山和巳(2017.03-2018.03)
財政部長	細見邦雄(次長兼)	
経済農林部長	小出太朗(2018.04-)	雨宮誠(2017.03-2018.03)
財政部副部長	佐川浩幸	財政部主事 佐藤絢美
経済農林部副部長	小野文明	経済農林部副参事 飯塚真実

資料編 研究会開催状況

◆2017年

- ◎第1回研究会 3月6日(月) 16:00～18:00
座長選任 意見交換
- ◎第2回研究会 4月6日(木) 17:00～19:00
安島委員ヒアリング「農村価値創生と観光・交流」
- ◎第3回研究会 5月11日(木) 18:00～20:00
観光庁・農林水産省ヒアリング
 - 観光庁観光資源課「観光施策の動向について」
 - 農林水産省都市農村交流課「農泊の推進について」
- ◎第4回研究会 6月20日(火) 18:00～20:00
持続可能な地域社会総合研究所所長 藤山浩氏ヒアリング
「観光・交流における地域循環モデルの提案」
- ◎第5回研究会 7月25日(火) 18:00～20:00
梅川委員ヒアリング「農村版観光まちづくりのススメ」
- 現地調査 8月24日(木)～25日(金) 大分県国東半島地域
世界農業遺産登録活動、グリーンツーリズム、インバウンド
- ◎第6回研究会 9月19日(火) 14:00～16:00
現地調査報告(大分県)
- 現地調査 10月16日(月)～17日(火) 鳥根県奥出雲町
まちづくり、観光・交流、地域産業、高校魅力化プロジェクト等について
- ◎第7回研究会 12月12日(火) 14:00～16:00
現地調査報告(奥出雲町)、論点整理に向けた意見交換

◆2018年

- ◎第8回研究会 2月22日(木) 17:00～19:00
論点整理・報告書(素案)について
- ◎第9回研究会 3月9日(金) 17:00～19:00
報告書(素案)について
- ◎第10回研究会 5月8日(火) 9:30～11:30
報告書(素案)について
- 現地調査 6月4日(月)～5日(火) 岐阜県飛騨市
里山ツーリズム、インバウンドツーリズム

発行／全国町村会

〒100-0014 東京都千代田区永田町1-11-35

Phone.03(3581)0485(経済農林部直通)

Fax.03(3580)5955

Mail.keinou@zck.or.jp

<http://www.zck.or.jp>